

ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์  
จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สิริกานต์ ไบบัว

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร  
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา  
กรกฎาคม 2560  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา  
งานนิพนธ์ของ สิริกานต์ ไบบัว ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์



..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์)

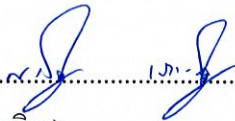
คณะกรรมการสอบปากเปล่า



..... ประธาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์)



..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนนี เมธิโยธิน)



..... กรรมการ  
(ดร.นพ.ศรรัฐ เสงเจริญ)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพา



.....คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่.....เดือน ..... พ.ศ. 2560

## กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาใช้เวลาเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการงานนิพนธ์ อันประกอบไปด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ ประธานกรรมการ ดร.นพ.ศรรัฐ เสงเจริญ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนนี เมธิโยธิน กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของงานนิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วง ได้อย่าง สมบูรณ์และทรงคุณค่า

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ของวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ทุกท่านที่กรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ และคำปรึกษาในการทำงานวิจัยนี้

ขอขอบพระคุณ นายชัยวัฒน์ มานะพันธุ์พงศ์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการเขื่อนศรีนครินทร์ ฝ่ายบริหาร ที่กรุณาให้ข้อมูลอันสำคัญและมีประโยชน์ยิ่งแก่งานวิจัยนี้ รวมไปถึงกรุณาให้ คำแนะนำการเก็บแบบสอบถามในบริเวณเขื่อนศรีนครินทร์

ขอขอบพระคุณ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัด กาญจนบุรี ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยทำให้งานนิพนธ์ ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ หลักสูตรผู้บริหารระดับต้นรุ่นที่ 32 และพี่ ๆ หลักสูตรผู้บริหาร ระดับต้นรุ่นที่ 31 ที่คอยให้คำแนะนำและเป็นกำลังใจตลอดระยะเวลาการศึกษา จนทำให้ผู้วิจัย ประสบความสำเร็จ

ขอขอบพระคุณบุคคลในครอบครัว ที่สนับสนุนกำลังใจ และกำลังใจ ทำให้ข้าพเจ้า มีโอกาสในการศึกษาเล่าเรียน และเป็นผู้อยู่เบื้องหลังในทุกความสำเร็จของข้าพเจ้าเสมอมา

คุณค่าและประโยชน์ของงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูคุณเวทิตาแค้นบุพการี บุรพจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ทำให้ข้าพเจ้าเป็นผู้มีการศึกษาและ ประสบความสำเร็จมาจนตราบเท่าทุกวันนี้

สิริกานต์ ไบบัว

58750041: สาขาวิชา: บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร; บธ.ม. (บริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร)

คำสำคัญ: เชื้อนครินทร์/ แนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยว

สิริกานต์ ไบบัว: ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวเชื้อนครินทร์  
จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย (THE FACTORS AFFECTING POSSIBILITY OF  
THE REPEATED VISIT OF THAI TOURISTS TO SRINAGARIND DAM, KANCHANABURI)  
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: ศรีธยา เลิศพุทธรักษ์, Ed.D. 96 หน้า. ปี พ.ศ. 2560.

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยว  
เชื้อนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษา  
พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวเชื้อนครินทร์ 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อแนวโน้ม  
การกลับมาท่องเที่ยวเชื้อนครินทร์ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยว  
เชื้อนครินทร์ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งเป็น  
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชื้อนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี สถิติที่ใช้ได้แก่  
ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้วิธี  
วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA F-test, t-test) และการทดสอบสมมติฐาน  
โดยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple linear regressions) และวิธีการวิเคราะห์  
การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regressions)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มประชากรตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ราย เป็นเพศหญิง 218 คน เพศชาย  
182 คน มีอายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงาน  
บริษัทเอกชน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับ  
การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ส่งผลต่อความผูกพันต่อสถานที่เชื้อนครินทร์  
ไม่แตกต่างกัน และปัจจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชื้อนครินทร์ของ  
นักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น  
มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชื้อนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีอิทธิพลทางบวก และความผูกพันต่อสถานที่  
เชื้อนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว  
เชื้อนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  
0.01 โดยมีอิทธิพลทางบวก

58750041: MAJOR: BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE; M.B.A.  
(BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE)

KEYWORDS: SRINAGARIND DAM/ POSSIBILITY OF THE REPEATED VISIT  
SIRIKAN BAIBOUR: THE FACTORS AFFECTING POSSIBILITY OF THE  
REPEATED VISIT OF THAI TOURISTS TO SRINAGARIND DAM, KANCHANABURI  
PROVINCE. ADVISOR: SARUNYA LERTPUTTARAK, Ed.D., 96 P. 2017.

The research studies the factors affecting possibility of the repeated visit of Thai tourists to Srinagarind Dam, Kanchanaburi Province. The aims of this study were 1) to examine the behaviors of tourists at Srinagarind Dam, Kanchanaburi Province, 2) to compare the effects of personal factors on the possibility of the repeated visit to Srinagarind Dam, and 3) to examine the factors affecting possibility of the repeated visit of Thai tourists to Srinagarind Dam. Sample group was 400 Thai tourist who visited Srinagarind Dam, Kanchanaburi Province. The descriptive statistics used to analyze data were frequency, percentage, mean, and standard deviation. The hypothesis testing was done by using One-way ANOVA F-test and t-test, simple linear regressions, and multiple linear regressions.

The findings showed that there 218 respondents who were women and 182 were men. They were in the age range of 26-35 year old. They were married. They reported holding bachelor degree and work for private companies. They earned 20,001-30,000 baht monthly.

The findings on the hypothesis testing showed that tourists with different personal factors, i.e. gender, age, marital status, level of education, careers, and income had similar sense of engagement to Srinagarind Dam. The factors affecting decision to travel at Srinagarind Dam included facilities, convenience of commute, and local atmosphere. These factors affected the sense of engagement to Srinagarind Dam at the significance level of 0.01. There was a positive effect of this factor. The sense of engagement to Srinagarind Dam of Thai tourists had a positive effect on the repeated visit to Srinagarind Dam, Kanchanaburi Province at the significance level of 0.01.

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	8
แนวความคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว.....	17
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว.....	20
ข้อมูลเกี่ยวกับเชื่อนศรีนครินทร์.....	23
แนวความคิดด้านความภักดีต่อสินค้าและบริการ.....	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	34
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	34
การกำหนดประชากรและขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง.....	34
วิธีการรวบรวมข้อมูล.....	35
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย.....	35
ลักษณะของแบบสอบถาม.....	36
ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล.....	38
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	38
4	40
4 ผลการวิจัย.....	40
สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล.....	41
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว.....	44
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมา ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	48
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	55
ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	56
ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	57
5	70
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	70
สรุปผลการวิจัย.....	70
อภิปรายผลการวิจัย.....	73
ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	76
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	77
บรรณานุกรม.....	78

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก.....	84
ภาคผนวก ก.....	85
ภาคผนวก ข.....	92
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	96



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2-1 การสังเคราะห์องค์ประกอบของการท่องเที่ยว.....	14
2-2 สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี.....	26
3-1 การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น .....	37
4-1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ.....	41
4-2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอายุ.....	42
4-3 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสถานภาพ.....	42
4-4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	43
4-5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอาชีพ.....	43
4-6 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	44
4-7 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว.....	45
4-8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว.....	45
4-9 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามวิธีการเดินทาง.....	46
4-10 จำนวนและร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง.....	46
4-11 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามที่พัก.....	47
4-12 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยว.....	47

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	49
4-14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่...	50
4-15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการเข้าถึงสถานที่.....	51
4-16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	52
4-17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านกิจกรรม.....	53
4-18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านชุมชนท้องถิ่น.....	54
4-19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	55
4-20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	56
4.21 การเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ.....	57
4-22 การเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ.....	58
4-23 การเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ.....	59

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-24 การเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา.....	60
4-25 การเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ.....	61
4-26 การเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	62
4-27 ผลการวิเคราะห์ Enter multiple linear regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์.....	63
4-28 ผลการวิเคราะห์ Enter multiple linear regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม และชุมชนท้องถิ่น กับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์.....	64
4-29 ผลการวิเคราะห์ Enter multiple linear regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย ได้แก่ การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และชุมชนท้องถิ่น กับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์.....	66
4-30 ผลการวิเคราะห์ Simple linear regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ ของความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ กับแนวโน้มการตัดสินใจ กลับมาท่องเที่ยว เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	68

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยว เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.....	5

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจทั่วโลก รัฐบาลของประเทศเหล่านั้นจึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะในแถบเอเชียและอาเซียนต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งประเทศไทยก็ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นกลไกหลักในการรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติขึ้น เพื่อเป็นแผนหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ซึ่งแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2558-2560 นั้น จะไม่มุ่งเน้นเฉพาะการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว แต่จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากขึ้น ทั้งในเรื่องการเพิ่มระยะเวลาการพำนักของนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวต่อวันหรือต่อครั้ง การพัฒนาในระดับพื้นที่ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวภายในกลุ่มท่องเที่ยวและระหว่างกลุ่มท่องเที่ยว การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวและกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นมากขึ้น คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชน สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างให้เกิดความสมดุลและการพัฒนาที่ยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

ประเทศไทย นับเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวหลัก ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกปีละหลายล้านคน เนื่องจากประเทศไทยมีภูมิประเทศที่หลากหลาย ทั้งภูเขา ดอย ที่ราบสูง ในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ น้ำตก แม่น้ำ แก่ง ต่าง ๆ ในภาคตะวันตกและภาคกลาง รวมไปถึงชายฝั่งทะเลและเกาะที่สวยงามติดอันดับโลก ในภาคตะวันออกและภาคใต้ อีกทั้งความหลากหลายทางวัฒนธรรม, ประเพณี และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแต่ละภาค ล้วนแต่เป็นสิ่งที่น่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวทั้งสิ้น และเนื่องจากได้รับการสนับสนุนที่ดีจากภาครัฐบาลและภาคเอกชนเสมอมา ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ก็มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยตัวเลขระบุว่า ในด้านจำนวนผู้เข้าพัก และรายได้จากห้องพัก เพิ่มขึ้น 13% ในปี พ.ศ. 2558 (Hotel Market Recap, 2015) และอีไอซีปรับประมาณการการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2559 เป็น 15% จากเดิม 9% ซึ่งภาคการท่องเที่ยวขยายตัวได้สูง

และยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งจากจำนวนนักท่องเที่ยว และการใช้จ่ายต่อหัวที่เพิ่มขึ้น (สมคิด จาตุศรีพิทักษ์, 2559)

ทั้งนี้สถานการณ์และแนวโน้มของการท่องเที่ยวไทยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ทั้งปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ อาทิ แนวโน้มและทิศทางการท่องเที่ยวในตลาดโลก ภาวะการแข่งขัน ความเสี่ยง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ยังคงอยู่บนความไม่แน่นอน ทั้งจากภัยธรรมชาติ โรคระบาด ความไม่มั่นคงด้านเศรษฐกิจและการเมือง ประกอบกับที่ผ่านมา การท่องเที่ยวไทยยังคงมีปัญหาและอุปสรรคอีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว การกระจัดตัวของนักท่องเที่ยว ความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ซึ่งล้วนแต่เป็นปัจจัยส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย แต่ในขณะเดียวกันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทาง และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปตามกระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยที่เอื้อประโยชน์และสร้างโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ดังนั้น การศึกษาวิเคราะห์ในประเด็นต่างๆเหล่านี้ จะชี้ให้เห็นถึงจุดแข็งจุดอ่อน ศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

เขื่อนในประเทศไทยมีทั้งหมด 17 แห่ง ในโครงการพัฒนาลุ่มน้ำต่างๆทั่วประเทศ สร้างขึ้นเพื่อเป็นที่ตั้งโรงไฟฟ้าเพื่อผลิตไฟฟ้า และอำนวยความสะดวกทางด้านต่าง ๆ เช่น เก็บกักน้ำสำหรับชลประทาน ระบายน้ำอุทกภัย การประมง การคมนาคมทางน้ำ ตลอดจนช่วยพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของราษฎร และส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม (ฝ่ายสื่อสารองค์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) เนื่องจากเขื่อนแต่ละที่ถือเป็นสิ่งก่อสร้างที่มีความน่าสนใจทางด้านวิศวกรรม และมีความสวยงามแตกต่างกันไป และตั้งอยู่ตามกลางธรรมชาติ ทำให้มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม เหมาะแก่การท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ ทำให้เขื่อนแต่ละที่นั้นถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดอีกแห่งหนึ่ง ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ปีละหลายแสนคน จึงเกิดเป็นธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกระจายอยู่โดยรอบ ทั้งธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร ร้านของฝาก ทิวทัศน์ที่สวยงามก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านการสร้างอาชีพ และรายได้ที่มั่นคงให้แก่ชุมชนรอบข้าง

เขื่อนศรีนครินทร์เป็นเขื่อนประเภทหินถมแกนดินเหนียวที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย สร้างขึ้นบนแม่น้ำแควใหญ่ บริเวณบ้านเจ้าเขร ตำบลท่ากระดาน อำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี มีความสูงจากฐานราก 140 เมตร สันเขื่อนยาว 610 เมตร กว้าง 15 เมตร พื้นที่อ่างเก็บน้ำ

419 ตารางกิโลเมตร มีความจุมากเป็นอันดับหนึ่งคือ 17,745 ล้านลูกบาศก์เมตร ผลิตกระแสไฟฟ้าได้ปีละ 1,250 ล้านกิโลวัตต์ต่อชั่วโมง งานก่อสร้างเขื่อนศรีนครินทร์เริ่มเมื่อปี พ.ศ. 2516 แล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2523 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ได้พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้เชิญพระนามาภิไธยสมเด็จพระศรีนครินทร์ มาขนานนามเขื่อน และเสด็จพระราชดำเนินพร้อมด้วยสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ไปทรงเปิดเขื่อนเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2524 นับเป็นเขื่อนแห่งที่ 8 ในจำนวน 17 แห่ง ที่การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) สร้างขึ้นเพื่ออำนวยประโยชน์ทางด้านต่างๆ ตลอดจนช่วยพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของราษฎร และส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม (ฝ่ายสื่อสารองค์กร การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

สำหรับเขื่อนศรีนครินทร์นั้น แม้จะไม่ได้เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อแสวงหากำไรจากการท่องเที่ยวโดยตรง แต่เนื่องด้วยเขื่อนศรีนครินทร์เป็นสิ่งก่อสร้างทางวิศวกรรมที่น่าสนใจ ตั้งอยู่ในบริเวณที่มีพร้อมทางด้านทรัพยากร และทิวทัศน์ที่สวยงาม รวมไปถึงมีสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงมากมาย ดังนั้นเขื่อนศรีนครินทร์จึงเป็นอีกสถานที่หนึ่ง ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวหลายแสนคนต่อปี ทำให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนที่อยู่โดยรอบเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในด้านอาชีพ ซึ่งแต่เดิมชุมชนโดยรอบส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพ ทำไร่ ทำสวน ประมง และค้าขาย เมื่อนักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์มากขึ้น จึงก่อให้เกิดเป็นอาชีพใหม่ให้กับคนในชุมชน เช่น ธุรกิจที่พัก แพพัก ทัวร์นำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ร้านของฝาก ซึ่งสามารถนำผลผลิตทางการเกษตรหรือการประมงมาวางขาย สร้างกำไรให้กับชาวไร่ชาวนาได้มากขึ้น เนื่องจากไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลางอีกต่อไป (ฝ่ายสื่อสารองค์กร การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

จากข้อมูลทางสถิติพบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมายังเขื่อนศรีนครินทร์มีจำนวนหลายแสนคนต่อปี นำมาซึ่งรายได้ให้แก่ชุมชนใกล้เคียง และจังหวัดกาญจนบุรีอย่างมาก มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากมาย ทำให้คนในชุมชนมีอาชีพ และรายได้ที่มั่นคงมากขึ้น แต่ทั้งนี้ การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน และชุมชนท้องถิ่น (Henkel, Henkel, Agrusa, & Tanner, 2006) ซึ่งความน่าสนใจของสถานที่ในด้านธรรมชาติและทิวทัศน์ ถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ดีที่สุดในการดึงดูดนักท่องเที่ยว (Kim, Ritchie, & McCormick, 2012) นอกเหนือจากทิวทัศน์ของสถานที่แล้ว การเข้าถึงในด้านการคมนาคมและข้อมูลถือเป็นแรงผลักดันที่สำคัญต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยว (Kim et al., 2012) ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงความพร้อมของที่พักและร้านอาหารก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญ (Murphy, Pritchard, & Smith,

2000) และความสำคัญของท้องถิ่น วิถีความเป็นอยู่ มิตรภาพของคนในชุมชนก็เป็นอีกหนึ่งประสบการณ์ใหม่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและความคาดหวังที่จะได้รับในการไปท่องเที่ยว (Kim et al., 2012) และมีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเดินทางเพื่อมาท่องเที่ยวและศึกษาวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้นด้วย (Murphy et al., 2000) ซึ่งการที่จะสามารถรักษาเสถียรภาพให้เขื่อนศรีนครินทร์ยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจนั้น จำเป็นที่จะต้องทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ว่าสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านบวกหรือด้านลบอย่างไร เพื่อที่จะนำไปสู่การแก้ไขปรับปรุง และพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อให้ทราบถึงสิ่งจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่ เช่นธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ทิวทัศน์เขื่อนและอุทยานแห่งชาติ ในการที่จะนำผลการวิจัยนี้ไปเพิ่มศักยภาพในการบริการด้านการท่องเที่ยว ปรับปรุงแก้ไข พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และก่อให้เกิดเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการมาท่องเที่ยว เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
3. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

### สมมติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์แตกต่างกัน

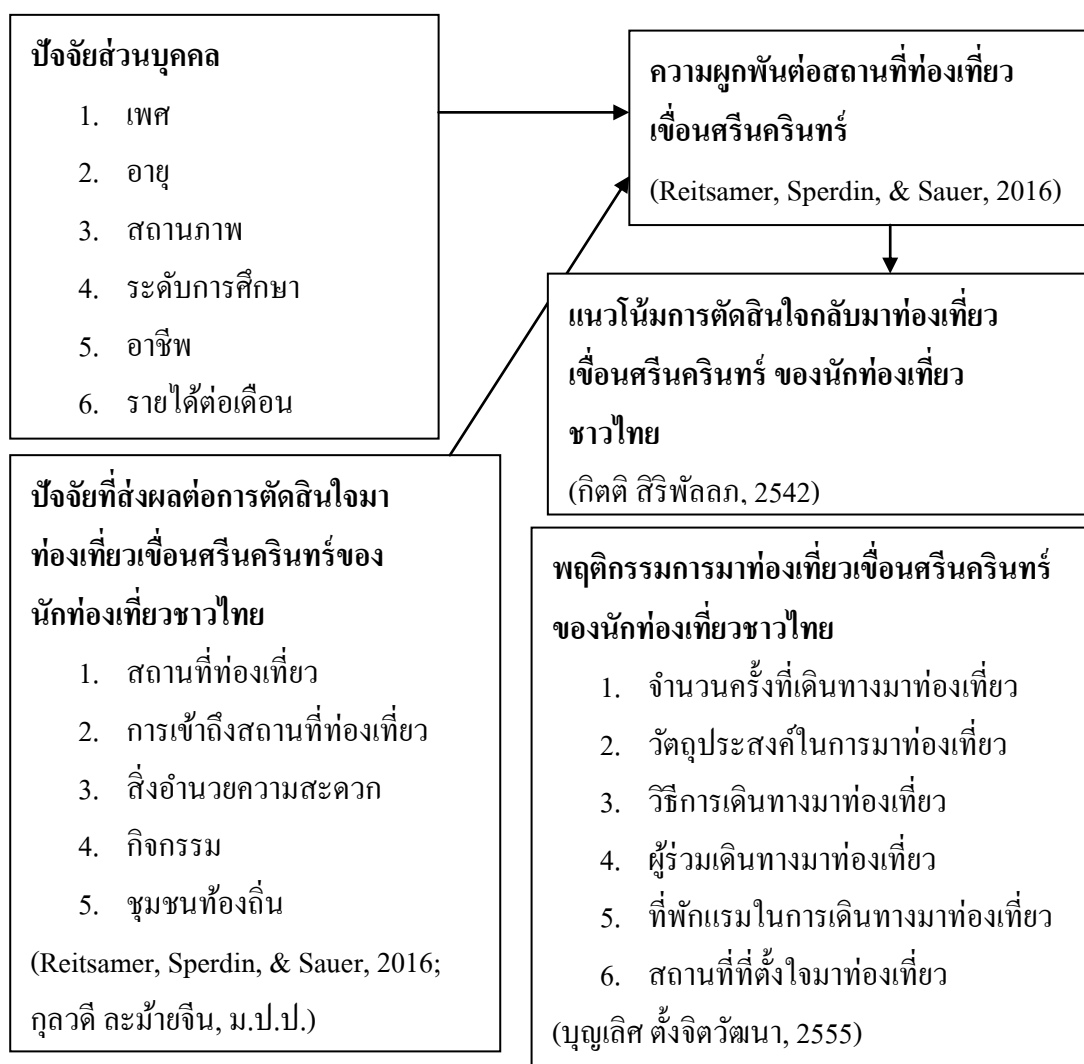


2. ปัจจัย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม และชุมชนท้องถิ่น ส่งผลต่อความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์

3. ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุง และพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งจะส่งผลดีต่อองค์กร และชุมชนท้องถิ่นให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้นด้วย

## ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้จะทำการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

ขอบเขตด้านประชากร คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่เยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา คือ เดือนมีนาคม-เดือนเมษายน พ.ศ. 2560

## นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยว หมายถึง คนไทยที่มีถิ่นพำนักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทยในทีใดที่หนึ่งมาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ปี ซึ่งมาท่องเที่ยวที่เยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลออกจากที่พักอาศัยที่อยู่ประจำไปยังสถานที่แห่งหนึ่ง โดยมีจุดประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมเยือนญาติมิตรหรือเพื่อความสนุกสนานในการไปร่วมกิจกรรมบางอย่างเป็นการชั่วคราว

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวที่เยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และความเป็นมิตรของชุมชนท้องถิ่น

ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว (Destination attachment) หมายถึง ความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ในด้านต่าง ๆ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และความเป็นมิตรของชุมชนท้องถิ่น รวมถึงทัศนคติต่อเชื่อมศรีนครินทร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์

สถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง ทัศนียภาพ ทิวทัศน์ และความน่าสนใจของเชื่อมศรีนครินทร์ การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง การเข้าถึงเชื่อมศรีนครินทร์ในด้านการคมนาคม คือวิธีการและพาหนะที่ใช้ในการนำนักท่องเที่ยวมายังเชื่อมศรีนครินทร์

สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง ความสะดวกสบายในด้านต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับในขณะที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เชื่อมศรีนครินทร์ ได้แก่ บ้านพักรับรอง ร้านอาหาร

ชุมชนท้องถิ่น หมายถึงชุมชนใกล้เคียงที่อาศัยอยู่บริเวณภายใน และโดยรอบเชื่อมศรีนครินทร์

แนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยว หมายถึง โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวที่เชื่อมศรีนครินทร์อีกครั้งในอนาคต หรือจะบอกต่อให้คนอื่น ๆ มาท่องเที่ยวที่เชื่อมศรีนครินทร์

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำในขณะที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เชื่อมศรีนครินทร์ ได้แก่จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว ที่พักแรมในการเดินทางมาท่องเที่ยว และสถานที่ที่ตั้งใจมาท่องเที่ยว

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 4 ส่วนดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
  - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
  - 1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว
  - 1.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
  - 1.4 รูปแบบการท่องเที่ยว
  - 1.5 แนวความคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว
  - 1.6 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
2. ข้อมูลเกี่ยวกับเยือนศรีนครินทร์
3. แนวความคิดด้านความภักดีต่อสินค้าและบริการ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

#### ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติ (1963) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางด้วยความสมัครใจของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่ोरูระและวัตถุประสงคใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2546) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยการเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว และผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

ชาลววิทย์ เกษตรศิริ (2550, หน้า 5) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนอารมณ์ เพื่อทำนุบำรุงสุขภาพ และเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น โดยผู้ท่องเที่ยวมิได้หวังสิ่งอื่นใดตอบแทน

ประภาศรี เทิกขุนทด (2551) กล่าวว่า การท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมนันทนาการรูปแบบหนึ่ง โดยมีการเดินทางท่องเที่ยวจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่ เพื่อแลกเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพวัฒนธรรม การปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะ

พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล (2553) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึงกิจกรรมที่มนุษย์กระทำเพื่อไปสัมผัสสภาพที่แตกต่างจากที่เป็นอยู่โดยอาจพักผ่อน หรือไม่พักผ่อน ณ ที่นั้นก็ได้ เพื่อผ่อนคลาย พักผ่อนหย่อนใจ ศึกษาประชุมสัมมนา ประกอบธุรกิจ ชมนิทรรศการ เยี่ยมเยือนเพื่อนหรือญาติมิตร และสร้างความรู้รรมย์ให้กับชีวิต

ปิยะพงศ์ มั่นกลั่น (2554) กล่าวว่า การท่องเที่ยวประกอบไปด้วยกิจกรรม และบริการต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ในการเดินทาง เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้า สถานบันเทิง สิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ และบริการต้อนรับที่เต็มไปด้วยอัธยาศัยไมตรีต่อผู้ที่เดินทางจากบ้านตนเองมายังท้องถิ่นอื่น

จากคำนิยามข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวหมายถึง การออกเดินทางด้วยความสมัครใจของมนุษย์จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว โดยมีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปเยี่ยมเยือนพบปะญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อการศึกษา, อบรม หรือสัมมนา การเดินทางเพื่อไปเชียร์กีฬา การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การเดินทางเพื่อไปพักผ่อนหรือบำบัดรักษาโรค เป็นต้น

### **ความสำคัญของการท่องเที่ยว**

การพัฒนาการท่องเที่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (ม.ป.ป) ได้สรุปความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อประเทศไทยดังนี้

#### **ด้านเศรษฐกิจ**

การท่องเที่ยวนับเป็นกลไกที่นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่กำลังพัฒนาหลาย ๆ ประเทศ ต่างมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นแกนหลักที่จะนำผลประโยชน์ทั้งหลายมาสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วยการลงทุนที่ไม่สูงนัก โดยหวังว่าการท่องเที่ยวจะดึงดูดเงินตราจากต่างประเทศ ทำให้คนในท้องถิ่นมีอาชีพและรายได้ที่มั่นคง ในขณะที่เดียวกันประเทศไทยก็เคยอาศัย

การท่องเที่ยวมาเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้ประเทศไทยประสบความสำเร็จทางการตลาดอย่างงดงาม จนเป็นที่รู้จักในฐานะ “สยามเมืองยิ้ม” และประเทศไทยได้กลายมาเป็นสถานพักผ่อนที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของโลก

แต่หากเทียบกับประเทศที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากสูงเป็นอันดับแรก ๆ ของโลก เช่น ฝรั่งเศส อิตาลี และสเปน ซึ่งมีนักท่องเที่ยวประมาณ 27-50 ล้านคนต่อปี ประเทศไทยนับว่ายังเล็กมาก เพราะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพียงประมาณ 5 ล้านคน แต่ถ้าเปรียบเทียบกับประเทศในเอเชียซึ่งมีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และประเทศที่มีสิ่งมหัศจรรย์ติดอันดับโลก เช่น อียิปต์ (มีนักท่องเที่ยว 2.6 ล้านคน) และอินเดีย (1.8 ล้านคน) ก็นับว่าประเทศไทยประสบความสำเร็จสูงมาก รายได้จากการท่องเที่ยวของไทยค่อนข้างจะมีความสำคัญ คือ คิดเป็นร้อยละ 5.4 ของ GDP (รายได้ประชาชาติ) ซึ่งสูงกว่าประเทศอื่น ๆ ใน เอเชีย ยกเว้นสิงคโปร์ (ร้อยละ 11.4 ของ GDP)

ความสำเร็จของการท่องเที่ยวไทยหรือยุคทองของการท่องเที่ยว เพิ่งจะเริ่มในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (2530-2534) โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยวในปีแรกของแผน ๆ ประมาณ 50,000 ล้านบาท และเพิ่มเป็น 100,000 ล้านบาทในปีสุดท้ายของแผน ๆ ความสำเร็จดังกล่าวส่วนหนึ่งเกิดจากกลยุทธ์การตลาดที่ประกาศให้ปี พ.ศ. 2530 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทย ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวในปีนั้นเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 34 และต่อมา ในปี พ.ศ. 2531 เพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 58 ในปี พ.ศ. 2534 รายได้จากการท่องเที่ยวเท่ากับสองในสามของสินค้าออกประเภทเกษตรกรรม และมีมูลค่าใกล้เคียงกับรายได้จากการส่งออกสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งเป็นสินค้าหัตถกรรมที่มีการส่งออกสูงสุด

สรุปผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนไทยได้ดังนี้

1. เกิดสร้างงานในชุมชน เมื่อมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน จะเกิดงานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวหลากหลาย อาทิ ไกด์นำเที่ยว ผู้จัดการท่องเที่ยว รวมถึงการสนับสนุนธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารและการค้าปลีก

2. เพิ่มรายได้ในชุมชน มีการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้น ส่งผลในการสนับสนุนธุรกิจชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยปกติแล้วที่ผู้จัดการท่องเที่ยวต้องซื้อสินค้าและบริการของชุมชนที่เหมาะสมต่อนักท่องเที่ยว ถ้าในชุมชนใด สินค้าและบริการไม่มีความเหมาะสมต่อการท่องเที่ยว ผู้จัดการท่องเที่ยวต้องทำงานร่วมกับชุมชนในการปรับปรุงให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยว

3. ความหลากหลายทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวจะเพิ่มหลากหลายทางเศรษฐกิจของชุมชน ที่แต่ก่อนเศรษฐกิจ การทำมาหากินในชุมชนอยู่ในเศรษฐกิจประเภทเดียว เมื่อมี

การท่องเที่ยวจะเกิดเศรษฐกิจ การทำมาหากินในรูปแบบใหม่ขึ้นในชุมชน สร้างความหลากหลาย ในการทำมาหากินของชุมชน

4. โครงสร้างพื้นฐานหรือสิ่งอำนวยความสะดวก เมื่อการท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนมากขึ้น จำเป็นที่ต้องมีโครงสร้างพื้นฐานหรือสิ่งอำนวยความสะดวก เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว อาทิ ถนน ห้องน้ำสาธารณะ เป็นการพัฒนา ชุมชนไปในตัว แต่การพัฒนาเหล่านี้ต้องเป็นผลด้านบวกต่อธุรกิจ ชุมชน และสิ่งแวดล้อมในชุมชน

5. รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้เสริมของชุมชน นอกจากวิถีชีวิตของชุมชน ที่มีรายได้หลักจากอาชีพเกษตรแล้ว กระบวนการท่องเที่ยวโดยชุมชนก็ถือว่าเป็นแหล่งรายได้ เจริญเศรษฐกิจอีกแหล่งหนึ่งแม้ว่าไม่มากนักแต่ก็ถือว่าเป็นรายได้เสริม จากบริการด้านที่พัก แบบ Home stay ที่รวมค่าบริการทั้งค่าที่พักและอาหาร การขายของฝากของที่ระลึกที่เป็นผลิตภัณฑ์ ชุมชน และรายได้จากกิจกรรมอื่นๆ เช่น การแสดงวัฒนธรรมชุมชน ค่านำเที่ยว เป็นต้น รายได้จาก กิจกรรมดังกล่าว บางส่วนถูกนำมารวมเข้าสู่กองทุนระดับชุมชนและมีการจัดสรรเข้ากองทุน ท่องเที่ยวของหมู่บ้านต่อไป

ความสำคัญของการท่องเที่ยวที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือ ผลที่เกิดขึ้นต่อเศรษฐกิจ อันได้แก่ การขยายตัวของ GDP เกิดการสร้างงาน เพิ่มมูลค่าการส่งออกและมูลค่าภาษี รวมทั้งการกระตุ้น การลงทุน การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และการใช้จ่ายเงินของภาครัฐ

#### ด้านสังคม

การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือการนำเสนอตัวตนของชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนถูกใช้ เป็นเครื่องมือในการบอกกล่าว วิธีที่แท้จริงของชุมชนให้ ภายนอกรับรู้เพื่อสร้างความเข้าใจ โดยการชักชวนคนนอกในฐานะนักท่องเที่ยวเข้าไปเรียนรู้ในชุมชน ตัวอย่างเช่น ชุมชนบนพื้นที่สูง ที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มักถูกตกเป็นจำเลยในสายตาของคนนอกกว่าเป็นผู้ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ กรณีบ้านท่าตาส่ง อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ชาวบ้านได้ใช้การท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือ ในการนำนักท่องเที่ยวเข้าไปในชุมชนมีวัตถุประสงค์หลักคือ ให้คนภายนอกเข้าใจว่าไม่ถูกรัด ตามแม่น้ำสาละวิน มาจากฝั่งพม่าไม่ใช่การตัดไม้ทำลายป่าที่เกิดจากฝีมือของชุมชน ส่วนกรณีของ ชุมชนปกากะญอ ตำบลห้วยปูลิง อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ก็ได้ใช้การท่องเที่ยวนำเสนอ วิถีชีวิตปกากะญอ วิธีการทำไร่หมุนเวียนซึ่งเป็นวิธีการอนุรักษ์ เป็นการจัดการ

การฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณี กระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อก้าวเข้าสู่ การจัดการที่พร้อมจะรับท่องเที่ยวได้ ชุมชนจำเป็นต้องเรียนรู้ตัวเอง โดยวิธีการจัดการความรู้ (Knowledge management) ระดับชุมชน และนำความรู้มาสื่อความหมายต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามา เที่ยวในชุมชน กระบวนการเรียนรู้รากเหง้าตนเองของชุมชนในทุกแง่มุมตามกระบวนการนี้สร้าง

จิตสำนึกให้ชุมชนหันกลับมาให้ความสำคัญวิถีดั้งเดิมของชุมชน สร้างจิตสำนึกของความเป็นเจ้าของ (Sense of ownership)

จุดเด่นหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ชุมชนนำเสนอ คือการช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟู และส่งเสริมให้ชุมชนภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเองมากขึ้น ด้วยนักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ใฝ่รู้ และชุมชนได้นำเสนอผ่านวัฒนธรรมตามวิถีของชุมชน ทำให้เกิดการรวมกลุ่มบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีการแบ่งบทบาทหน้าที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวระดับชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสอันดีที่ชุมชนจะได้เข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เกิดความสัมพันธ์ และเกิดกลุ่มใหม่ ๆ (New group) ขึ้นในชุมชน เช่น กลุ่มไกด์ชุมชน กลุ่มของที่ระลึก เป็นต้น ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของคนในชุมชน (Community learning process) ผ่านกระบวนการจัดการท่องเที่ยว ทั้งในระหว่างคนในชุมชน และระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว เกิดการเรียนรู้ข้ามศาสตร์นอกเหนือจากเรื่องท่องเที่ยวโดยเรียนรู้ในเอกลักษณ์ ในกระบวนการเรียนรู้ระดับคนในชุมชน เกิดจากการที่ชุมชนได้ค้นหาศักยภาพตนเอง รวบรวมองค์ความรู้ เรียนรู้ตนเอง โดยผ่านกระบวนการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ และใช้ข้อมูลมาเป็นองค์ความรู้ในการสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยว การเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติ (Interactive learning through action) มีกระบวนการถอดบทเรียน (AAR: After Action Review) เสมอ ๆ หลังจากรับนักท่องเที่ยวแล้ว และนอกจากจะมีการเรียนรู้โดยอาศัยการเรียนรู้จากองค์ความรู้เดิมแล้ว ยังมีการศึกษาเกี่ยวกับองค์ความรู้ใหม่เพิ่ม เช่นองค์ความรู้ในการจัดการท่องเที่ยวในระดับชุมชน ได้แก่ ทักษะการสื่อความหมาย การบริการจัดการ การสื่อสาร โดยใช้ภาษาต่างประเทศ เทคนิคการเป็นผู้นำเที่ยว รวมถึงการศึกษาดูงานเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น เป็นกิจกรรมที่ชุมชนเรียนรู้เสมอ โดยส่วนใหญ่จะมีองค์กรพัฒนาเอกชนซึ่งทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาในการจัดวางรูปแบบการพัฒนาศักยภาพชุมชน สร้างโอกาสและช่องทางเรียนรู้ให้กับชุมชน

รูปธรรมที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ การจัดทำศูนย์การเรียนรู้ชุมชน อาจอยู่ในรูปแบบของศูนย์ข้อมูลของชุมชน และการนำองค์ความรู้ที่รวบรวมเข้าสู่ หลักสูตรท้องถิ่น นำมาให้เยาวชนได้เรียนรู้ชุมชนตัวเอง

### ผลทางสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน กระตุ้นให้ชุมชนร่วมกันคิดหาหนทางและสร้างเครือข่ายในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นจุดขายและสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว และเกิดรายได้ให้กับชุมชน อีกทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เป็นจุดขาย การได้สัมผัสธรรมชาติแบบใกล้ชิด เพื่อสื่อ



ความหมายให้แก่ผู้มาเที่ยว เป็นโอกาสทำให้ชุมชนได้เรียนรู้ และตระหนักถึงความสำคัญและวางแผนทรัพยากรธรรมชาติอันเป็นต้นทุนที่ชุมชนมีอยู่รอบตัวมากขึ้น

### องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

กุลวดี ละม้ายเงิน (ม.ป.ป.) กล่าวว่า การท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จได้นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะได้มีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ หรือที่เรียกกันว่า 5As ได้แก่

1. ความดึงดูดใจ (Attraction) หมายถึง ความสามารถของสถานที่ หรือทรัพยากรที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมได้ ไม่ว่าจะเป็นความสวยงามตามธรรมชาติเอง เช่น ภูเขา แม่น้ำ ทะเล ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูด หรือความสวยงามน่าตื่นตาตื่นใจที่มนุษย์สร้างขึ้นเช่น วัดวาอาราม ทะเลสาบ ตึกรามบ้านช่องต่าง ๆ

2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย เพราะหากขาดความสะดวกและปลอดภัยในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวก็อาจไม่เดินทางไปเที่ยวชม แม้ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามก็ตาม ดังนั้นจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างการคมนาคมที่สะดวกสบาย

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึงความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้รับในขณะที่เดินทางมาท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกโครงสร้างพื้นฐานขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า ประปา ถนน ระบบการสื่อสารต่าง ๆ

4. ที่พัก (Accommodation) หมายถึง สถานที่สำหรับรับรองนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวแล้วต้องการพักแรมด้วย

5. กิจกรรม (Activity) หมายถึง กิจกรรมที่จัดไว้สำหรับให้นักท่องเที่ยวทำระหว่างการเดินทางมาท่องเที่ยว เช่นการเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ เป็นต้น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวจะประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ

1. มีเส้นทางคมนาคมที่เข้าถึงได้ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบาย และสามารถเชื่อมโยงไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงอื่น ๆ ได้

2. มีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภคเบื้องต้น เช่น ไฟฟ้า ประปา ที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น

3. มีสิ่งดึงดูดใจ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว อาจเป็นวิวทิวทัศน์ สถาปัตยกรรม วัฒนธรรม ประเพณี เป็นต้น

Reitsamer, Sperdin and Sauer (2016) ได้ระบุว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. สถานที่ท่องเที่ยว กล่าวถึงทัศนียภาพ วิถีชีวิต สถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้าง รวมไปถึงความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว
2. การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว กล่าวถึงการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวในด้านการคมนาคม และข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการติดต่อเพื่อใช้บริการ
3. สิ่งอำนวยความสะดวก กล่าวถึงความสะดวกสบายที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ขณะเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น ที่พัก และร้านอาหาร
4. ชุมชนท้องถิ่น กล่าวถึงความมีมิตรสัมพันธ์อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น

McIntosh and Goeldner (1995) กล่าวว่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว จะประกอบด้วยสามสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี (Facilities) ระบบการขนส่งที่เข้าถึงได้สะดวก (Transportation) ปัจจัยพื้นฐานที่ดีและพร้อม (Infrastructure) ทรัพยากรทางธรรมชาติที่ดึงดูดใจ และมีการต้อนรับที่ดีด้วยไมตรีจิต

ตารางที่ 2-1 การสังเคราะห์องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	สิ่งดึงดูดใจ	การเข้าถึง	สิ่งอำนวยความสะดวก	กิจกรรม	ชุมชนท้องถิ่น
กุลวดี ละม้ายเงิน	/	/	/	/	
บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา	/	/	/		
Reitsamer, Sperdin and Sauer	/	/	/		/
McIntosh and Goeldner	/	/	/		/
รวม	4	4	4	1	2

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ, การเข้าถึงสถานที่, สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม และชุมชนท้องถิ่น

## รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย

องค์การการท่องเที่ยวโลก (ม.ป.ป) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ดังนี้

### 1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยมีกิจกรรมที่มุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติทางทะเลและแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับทะเล

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก เช่น ถ้ำ ผา หรือศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่าง ๆ และฟอสซิล โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในพื้นที่การเกษตร เพื่อดูวิถีของเกษตรกรในการทำไร่นา ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ หรือเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล เช่น ปรากฏการณ์ฝนดาวตก

### 2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเรียนรู้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น

2.2 การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวไปยังชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ เพื่อดูวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism/ village tourism) หมายถึง การการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวชนบท เพื่อศึกษาเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นนั้น ในด้านต่าง ๆ

### 3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อน เพื่อฟื้นฟูและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายและสุขภาพใจ

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation tourism) หมายถึงการเดินทางเพื่อศึกษาแลกเปลี่ยน หรือเรียนรู้เกี่ยวกับปรัชญาและคำสอนทางศาสนาต่าง ๆ

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยใหญ่ หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง เป็นต้น เพื่อศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนเผ่าเหล่านั้น ๆ

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาหรือเพื่อแข่งกีฬาตามความชอบของแต่ละบุคคล เช่น กอล์ฟ

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure travel) หมายถึง การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ซึ่งมีกิจกรรมที่สร้างความท้าทาย ตื่นเต้นและสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home stay & farm stay) หมายถึง การเดินทางไปท่องเที่ยวใกล้ชิดกับชุมชน เพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay) หมายถึง กลุ่มผู้เกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวละพำนักยั้งต่างแดน โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อปี ระยะเวลาท่องเที่ยวแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive travel) หมายถึงการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ เป็นการให้รางวัลและจัดนำเที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าพักรวมและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M = meeting/ I = incentive/ C = conference/ E = exhibition) เป็นการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจัดนำเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-tour) และการจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post-tour) เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรง หรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นการผสมผสานรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้นเข้าด้วยกัน โดยอาจคำนึงถึงความสะดวกและเวลาของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

## แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว

Soltani (2015) กล่าวว่า ได้มีการศึกษาความผูกพันต่อสถานที่อย่างกว้างขวางในหลายภาคการวิจัย แนวคิดความผูกพันต่อสถานที่ได้รับความสนใจมากขึ้นในทางวิชาการและทางวิชาชีพ นักวิชาการได้ใช้ประโยชน์จากแนวคิดความผูกพันต่อสถานที่ในหลายภาควิชา บทความเกี่ยวกับความผูกพันต่อสถานที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 1960 ในภาควิชาจิตวิทยาสิ่งแวดล้อมและภูมิศาสตร์มนุษย์ ทั้งยังมีความสำคัญมากขึ้นในภาควิชาอื่น ๆ เช่น จิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยา วัฒนธรรม การอยู่อาศัยในชุมชนเมือง การท่องเที่ยว วนศาสตร์ และนิเวศวิทยา (Lewicka, 2011) แม้จะมีบทความเกี่ยวกับความผูกพันระหว่างผู้คนที่อยู่กับสถานที่อยู่แล้ว ก็ยังมีความจำเป็นต้องมีการวิจัยในภาควิชาอื่นเพื่อเสาะหาแนวคิดที่ยังไม่เป็นที่รู้จักและระบุทิศทางในอนาคต

หลายแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสถานที่ได้มีการศึกษามากมายปี และแนวคิดส่วนมากได้มีการอธิบายไว้คล้ายคลึงกัน คำที่มักใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์นี้ได้แก่ ความผูกพันต่อสถานที่ (Low & Altman, 1992; Williams, Patterson, Roggenbuck, & Watson, 1992) ความรู้สึกต่อสถานที่ (Hay, 1998; Stedman, 2002; Williams, & Stewart, 1998; Hummon, 1992; Shamai, 1991) ความเหมือนกันทางสถานที่ (Proshansky, Fabian & Kaminoff, 1983; Twigger-Ross & Uzzell, 1996) และการพึ่งพาสถานที่ (Stokols, & Shumaker, 1981) บางแนวคิดอื่นเกี่ยวกับความผูกพันต่อสถานที่ที่มีการศึกษาจริงไม่มากนัก ได้แก่ สังกัด (Chawla, 1992; Tuan, 1977) ความรักในสถานที่ (Tuan, 1974) และความศรัทธาต่อสถานที่ (Tuan, 1975)

ความผูกพันต่อสถานที่ได้มีการอธิบายไว้หลายอย่างเพราะสามารถประยุกต์ใช้ได้ ในหลายด้าน นักวิจัยส่วนมากอธิบายความผูกพันต่อสถานที่ไว้ว่าเป็นแนวคิดหลายมิติที่อธิบาย ลักษณะความเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับสถานที่เฉพาะของแต่ละบุคคลเหล่านั้น (Giuliani, 2003; Low, & Altman, 1992) หนึ่งในคำอธิบายล่าสุดของความผูกพันต่อสถานที่ซึ่งได้พัฒนาขึ้นมาโดย นักภูมิศาสตร์ Tuan (1974) ผู้ซึ่งใช้คำว่า “ความรักในสถานที่” ต่อความผูกพันระหว่างผู้คนที่อยู่กับสถานที่หรือสิ่งอื่น Tuan (1974) ได้อธิบายว่า สถานที่คือศูนย์กลางแห่งความหมาย โดยถือตาม ประสบการณ์ของบุคคลที่มีในสถานที่เดียวกัน

Relph (1976) ได้อธิบายว่าสถานที่ คือสิ่งที่กิจกรรมของมนุษย์ สังคมมนุษย์ และ กระบวนการทางจิตวิทยาได้เกิดขึ้น Relph (1976) เสนอว่าองค์ประกอบของสถานที่มี 3 อย่าง ได้แก่ สิ่งทางกายภาพ กิจกรรมและความหมาย และความสำคัญของสถานที่ ซึ่งมีความสามารถสร้างความสัมพันธ์ทางจิตวิญญาณกับประสบการณ์ของมนุษย์

ความผูกพันต่อสถานที่ซึ่งหมายถึง “ความรู้สึกต่อสถานที่” ในบางบริบทและยังได้  
 หมายความว่าความเชื่อมโยงระหว่างบุคคลและสถานที่ ซึ่งความรู้สึกต่อสถานที่มักถูกมองว่าเป็น  
 คำที่กว้าง ในการระบุประเภทความเชื่อมโยงต่อสถานที่ ในขณะที่ “ความผูกพันต่อสถานที่”  
 มีความชัดเจนมากกว่าในการอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนและสถานที่

Jorgensen and Stedman (2001) ได้แนะนำว่า ความรู้สึกต่อสถานที่ที่ควรมองว่าเป็น  
 ทัศนคติ พวกเขาได้ใช้ทฤษฎีทัศนคติในการอธิบายความรู้สึกต่อสถานที่ว่าเป็นความสัมพันธ์  
 ต่อสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ที่มีผลกระทบ รับรู้ และเกิดจากความพยายาม พวกเขาอธิบายว่าความรู้สึก  
 ต่อสถานที่คือแนวคิดหลายมิติซึ่งประกอบด้วยสิ่งซึ่งมีอยู่ในเอกสารทางจิตวิทยาสิ่งแวดล้อม ได้แก่  
 ความเหมือนกันทางสถานที่ การพึ่งพาสถานที่ และความผูกพันต่อสถานที่ พวกเขาได้กล่าวว่า  
 ความผูกพันต่อสถานที่มีองค์ประกอบทางอารมณ์และความผูกพันของความรู้สึกต่อสถานที่  
 ในขณะที่ความเหมือนกันทางสถานที่ถูกมองว่าเป็นองค์ประกอบทางการรับรู้ และการพึ่งพา  
 สถานที่ที่เป็นผลสะท้อนขององค์ประกอบทางความพยายาม

Low and Altman (1992) ระบุว่าความผูกพันต่อสถานที่คือสถานการณ์ที่ซับซ้อนที่รวม  
 ลักษณะหลายอย่างของความเชื่อมโยงระหว่างผู้คนและสถานที่ พวกเขาระบุว่าความผูกพันต่อ  
 สถานที่ยังรวมลักษณะทางชีวภาพ ลักษณะทางกายภาพ ลักษณะทางสิ่งแวดล้อม และลักษณะ  
 ทางมานุษยวัฒนธรรมของผู้คนที่อาศัยอยู่ ที่มีความผูกพัน มีอารมณ์ และมีความรู้สึกเป็นศูนย์กลาง  
 ของแนวคิด พวกเขากล่าวว่าอารมณ์เหล่านี้เป็นผลลัพธ์จากการรับรู้และการปฏิบัติ จาก Low and  
 Altman (1992) คำว่า “สถานที่” มุ่งหมายต่อสิ่งซึ่งบุคคลมีความผูกพันทางอารมณ์ ในขณะที่  
 “ความผูกพัน” คือผลกระทบ การใช้ความผูกพันต่อสถานที่อย่างกว้างได้มีขึ้นในหลายการสร้าง  
 แนวคิด เอกสารเกี่ยวกับความผูกพันต่อสถานที่มีอยู่มากตามองค์ประกอบที่อยู่ในแนวคิด  
 ทั้งยังมีหลายมุมมองต่อองค์ประกอบอื่นของความผูกพันต่อสถานที่ซึ่งทำให้ยากต่อการศึกษา  
 และการวัดผล

### มิติของความผูกพันต่อสถานที่

งานวิจัยดั้งเดิมเกี่ยวกับความผูกพันต่อสถานที่ได้เปิดเผยว่า ความผูกพันต่อสถานที่คือ  
 แนวคิดหลายมิติ งานวิจัยก่อนหน้านี้นี้ยังได้พบว่าความผูกพันต่อสถานที่มีมิติย่อยอย่างน้อย 2 มิติ คือ  
 ความเหมือนกันทางสถานที่ และ การพึ่งพาสถานที่ (Hunts, 2008; Jorgensen & Stedman, 2001;  
 Kyle, Graefe, Mannung, & Bacon, 2004; Williams & Vaske, 2003) อีกทั้งมิติอื่นของความผูกพัน  
 ต่อสถานที่ ที่ได้รับรู้โดยนักวิจัยบางคนและการตั้งแนวคิดบางอย่างว่าเป็นส่วนหนึ่งของ  
 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนและสถานที่ เช่น ความผูกมัดทางสังคม (Kyle et al., 2005) และ  
 ความผูกพันที่มีผลกระทบ (Giuliani, 2003; Low & Altman, 1992)

Hammitt, Backlund, and Bixler (2006) ได้ตั้งแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อสถานที่ในการก่อตั้งใหม่ว่าเป็นสิ่งที่มี 5 มิติ ได้แก่ ความเหมือนกันทางสถานที่ การพึ่งพาสถานที่ ความคุ้นเคยต่อสถานที่ ความเป็นบุคคลในสถานที่ และสังกัด ความคุ้นเคยต่อสถานที่คือความทรงจำที่ดี ความหมายทางการรับรู้ ภาพทางสภาพแวดล้อม และความทรงจำเกี่ยวกับการตั้งใหม่ แม้ว่าความคุ้นเคยต่อสถานที่จะสามารถเกิดขึ้นในสถานที่ที่ไม่สบายตัว แต่ความผูกพันต่อสถานที่ก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ถ้าไม่มีความคุ้นเคยต่อสถานที่ในทางบวก (Shamai, 1991) ความเป็นบุคคลในสถานที่ได้ระบุไว้ว่ามีระดับความผูกมัดทางสังคมสูงกว่าความคุ้นเคยต่อสถานที่ และต้องการความเชื่อมโยงเพื่อไปสู่สภาพแวดล้อมทางสังคม (Proshansky et al., 1983) ความเหมือนกันทางสถานที่มุ่งต่อความเหมือนกันของผู้คนและอ้างว่าสถานที่ที่สามารถขยายไปเอง การพึ่งพาสถานที่เป็นการรับรู้ความแข็งแกร่งของการร่วมมือระหว่างบุคคลและสถานที่ และความเพียงพอต่อที่สถานที่ที่มีความต้องการของบุคคล สังกัดทางสถานที่มีลักษณะเป็นความผูกมัดที่แข็งแกร่งระหว่างบุคคลและสถานที่ในการความรู้สึกที่ว่าสถานที่เป็นเหมือนบ้าน ในการตั้งใหม่ สังกัดทางสถานที่คือส่วนหนึ่งของสถานที่ที่บรรพบุรุษของบุคคลได้เคยสร้างไว้ (Hammitt et al., 2006)

Scannell and Gifford (2010) ได้เสนอว่าโครงสร้างหลายมิติสำหรับความผูกพันทางสถานที่ขึ้นอยู่กับผลการอธิบายที่แตกต่างกันของความผูกพันต่อสถานที่ที่มีอยู่ในเอกสารต่าง ๆ พวกเขาเสนอว่าความผูกพันต่อสถานที่คือแนวคิด 3 มิติ บุคคล-กระบวนการ-สถานที่ มิติทางบุคคลคือการเชื่อมโยงทางบุคคลหรือความเชื่อมโยงที่มีร่วมกันต่อสถานที่ มิติทางกระบวนการมุ่งต่อวิธีการที่ผู้คนมีความผูกพันต่อสถานที่ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบทางผลกระทบ การรับรู้ และพฤติกรรม มิติทางสถานที่เน้นย้ำถึงลักษณะของความผูกพัน ซึ่งได้แก่องค์ประกอบทางสังคมและองค์ประกอบทางกายภาพ

จากผลการวิจัยและคำจำกัดความของนักวิจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าความผูกพันต่อสถานที่ คือความเชื่อมโยงระหว่างบุคคลและสถานที่เฉพาะของบุคคลนั้น เนื่องมาจากบุคคลมีการรับรู้ หรือการปฏิบัติ ทั้งทางทางชีวภาพ ลักษณะทางกายภาพ ลักษณะทางสิ่งแวดล้อม และลักษณะทางมานุษยวัฒนธรรมของผู้คนที่อาศัยอยู่ เกิดเป็นทัศนคติ ความคุ้นเคย และความทรงจำของแต่ละบุคคลต่อสถานที่นั้น ๆ และจะเชื่อมโยงไปยังพฤติกรรมภายหลังจากที่กลับมาจากสถานที่นั้น ๆ ในลักษณะที่ต้องการที่จะกลับไปเยือนสถานที่นั้นอีกครั้งในอนาคต หรือ บอกต่อให้คนอื่น ๆ ไปยังสถานที่นั้น

## แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

ชวัลนุช อุทยาน (ม.ป.ป) กล่าวว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำของนักท่องเที่ยวทั้งที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's overt behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's covert behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง เป้าหมายในการกระทำของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการแสดงเจตนารมณ์ว่า ตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่เดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ชอบความท้าทายและการผจญภัย เช่น การเดินป่า ปีนเขา นักท่องเที่ยวต้องมีการเตรียมความพร้อมทั้งทางร่างกายและจิตใจ จึงจะทำกิจกรรมเหล่านั้นได้

3. สถานการณ์ หมายถึง โอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาหกโมงเช้า ควรเป็นเวลาที่ต้องตื่นเพื่อมาดูพระอาทิตย์ขึ้น

5. การตอบสนอง คือ การทำกิจกรรมที่ได้มีการเลือกและตัดสินใจไว้แล้ว เช่น นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปเที่ยวหมู่เกาะในช่วงวันหยุดยาว ก็ต้องมีการกระทำการต่าง ๆ เช่น จองที่พัก เลือกวิธีการเดินทาง เช็คสภาพอากาศ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตน

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือผลจากการกระทำ อาจจะบรรลุเป้าหมายหรือไม่ก็ได้ เช่น นักท่องเที่ยวมีแผนที่จะเดินทางไปเที่ยวหมู่เกาะ ปรากฏว่าช่วงนั้นมีมรสุมเข้า ทำให้ไม่สามารถเดินทางไปยังเกาะได้ ทำให้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป



### การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กำหนดรูปแบบของนักท่องเที่ยว (Typology : a systematic classification or study of types) เพื่ออธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้มาจากข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์หรือการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจทำได้หลายวิธี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และวิธีการที่ใช้

การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่รูปแบบพื้นฐานที่สุดคือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง คือ การแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็น

1) นักท่องเที่ยว (Tourists) หรือ 2) นักเดินทาง (Travelers) นักท่องเที่ยวคือ บุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทางคือบุคคลซึ่งจัดการการเดินทางด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น

Perreault, Dorden, and Dorden (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget travelers) โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้มียรายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ

2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดี และมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก ๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderate travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวและมักใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวครั้งละนาน ๆ โดยไม่เน้นท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์

Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย

2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The diversionary tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการหลีกเลี่ยงจากความจำเจเดิม

3. นักท่องเที่ยวที่มุ่งหาประสบการณ์ (The experiential tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจศึกษาและต้องการได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปยังชุมชนท้องถิ่น ก็ต้องได้เรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ อย่างแท้จริง

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The experimental tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบติดต่อกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The existential tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน เพื่อศึกษาถึงความเป็นอยู่ของชุมชนนั้น ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

### กระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว

ชาวลินุช อุทยาน (ม.ป.ป) สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว เป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา กระบวนการซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ของตนเอง

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล ในขั้นนี้นักท่องเที่ยวจะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ในขั้นแรกจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือก หากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอก็ต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอก

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก นักท่องเที่ยวจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้มาจัดเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ทั้งในลักษณะการเปรียบเทียบทางเลือกและความคุ้มค่ามากที่สุด

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หลังการประเมิน นักท่องเที่ยวผู้ประเมินจะทราบข้อดี ข้อเสีย หลังจากนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ในการแก้ปัญหา มักใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ ทั้งประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น

ขั้นที่ 5 การประเมินภายหลังการซื้อ เป็นขั้นสุดท้ายหลังจากการซื้อ นักท่องเที่ยวจะนำผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยวที่ซื่อนั้นมาใช้ และในขณะเดียวกันก็จะทำการประเมินผลิตภัณฑ์และบริการนั้นไปด้วย

## ข้อมูลเกี่ยวกับเขื่อนศรีนครินทร์

ฝ่ายประชาสัมพันธ์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ได้ระบุถึงข้อมูลเกี่ยวกับเขื่อนศรีนครินทร์ ดังนี้

ความเป็นมาของเขื่อนศรีนครินทร์

เขื่อนศรีนครินทร์ เป็นเขื่อนอเนกประสงค์แห่งแรกของโครงการพัฒนาลุ่มน้ำแม่กลองสร้างขึ้น บนแม่น้ำแควใหญ่ บริเวณบ้านเจ้าเพชร ตำบลท่ากระดาน อำเภอศรีสวัสดิ์

จังหวัดกาญจนบุรี

ลักษณะเขื่อนและโรงไฟฟ้า

เขื่อนศรีนครินทร์เริ่มก่อสร้างเมื่อปี พ.ศ. 2516 สร้างเสร็จในปี พ.ศ. 2523

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้เชิญ พระนามาภิไธยสมเด็จพระศรีนครินทร์ มาชานานามเขื่อน และเสด็จ พระราชดำเนินพร้อมด้วยสมเด็จพระเทพ

รัตนราชสุดาฯสยามบรมราชกุมารี ไปทรงเปิดเขื่อน เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2524

เขื่อนศรีนครินทร์เป็นเขื่อนประเภทหินถมแกนดินเหนียวที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ติดตั้งเครื่องกำเนิดไฟฟ้าจำนวน 5 เครื่อง เครื่องที่ 1-3 กำลังผลิต เครื่องละ 120,000 กิโลวัตต์ เครื่องที่ 4-5 เป็นเครื่องกำเนิดไฟฟ้าระบบสูบกลับ กำลังผลิต เครื่องละ 180,000 กิโลวัตต์

ประโยชน์ของเขื่อนศรีนครินทร์

เขื่อนศรีนครินทร์เป็นโครงการอเนกประสงค์ ซึ่งอำนวยประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ในด้านการชลประทาน ช่วยส่งเสริมระบบชลประทาน โครงการแม่กลองใหญ่ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยมีเขื่อนแม่กลอง ของกรมชลประทานเป็นหัวงานทดน้ำเข้าสู่พื้นที่เกษตรได้ตลอดปี
2. ผลิตไฟฟ้า สามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าได้เฉลี่ยปีละประมาณ 1,250 ล้านกิโลวัตต์ ชั่วโมง
3. บรรเทาอุทกภัย สามารถกักเก็บน้ำที่หลากมาในช่วงฤดูฝนไว้ในอ่างเก็บน้ำ ได้เป็นจำนวนมาก ช่วย บรรเทาอุทกภัยในเขตลุ่มน้ำแม่กลองให้ลดน้อยลง
4. คมนาคมทางน้ำ สามารถใช้เป็นเส้นทางเดินเรือขึ้นไปยังบริเวณอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี และอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ได้อย่างสะดวกและรวดเร็วขึ้น
5. ผลักดันน้ำเค็ม สามารถปล่อยน้ำลงผลักดันน้ำเค็มมิให้หนุนล้าเข้ามาทำความเสียหายแก่พื้นที่บริเวณ ปากน้ำแม่กลองในช่วงฤดูแล้ง
6. ประมง เป็นแหล่งเพาะพันธุ์ปลาน้ำจืดที่อุดมสมบูรณ์ ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับราษฎรอีกทางหนึ่งด้วย

### เส้นทางคมนาคม

ระยะทางจากกรุงเทพฯ ถึงเขื่อนศรีนครินทร์ 210 กิโลเมตร และตัวเมืองกาญจนบุรี ถึง เขื่อนศรีนครินทร์ 70 กิโลเมตร

รถยนต์ จากตัวเมืองกาญจนบุรี วิ่งบนถนนแสงชูโตที่เป็นถนนสายหลัก ถึงสี่แยก แก่งเสี้ยน ตรงไปทางอำเภอศรีสวัสดิ์ (ทางหลวงหมายเลข 3199) ตรงไปเรื่อย ๆ ผ่านแยกลาดหญ้า ค่ายฝึกนักศึกษาวิชาทหาร สนามกอล์ฟนิจิโกะ วัดท่ามะนาวข้ามสะพานห้วยลำสะด่อง (เริ่มเข้าเขต อำเภอศรีสวัสดิ์) เจอทางเข้าเขตเขื่อนศรีนครินทร์

รถโดยสาร จากกรุงเทพฯ หากขึ้นรถไฟจากสถานีรถไฟบางกอกน้อย หรือรถตู้และรถทัวร์ กรุงเทพฯ-กาญจนบุรี จากสถานีขนส่งสายใต้ สถานีขนส่งหมอชิต ไปลงที่ตัวเมืองกาญจนบุรี และ นั่งรถจากสถานีขนส่งในตัวเมืองกาญจนบุรี ไปลงที่ตลาดเขื่อนศรีนครินทร์ แล้วจ้างเหมารถยนต์ รับจ้างให้พาเที่ยวชมเขื่อนและบริเวณโดยรอบ

### สิ่งอำนวยความสะดวกภายในเขื่อนศรีนครินทร์

1. บ้านพักรับรอง เขื่อนศรีนครินทร์มีบ้านพักรับรองสำหรับนักท่องเที่ยว 5 แบบ ราคาเริ่มต้นที่ 1,000 บาท ถึง 3,000 บาท มีทั้งเป็นห้องพักขนาดสองคน ไปจนถึงบ้านพักขนาด 6 คน

2. ร้านอาหารเรือนธาราและร้านอาหารบ้านเอราวัณ
3. ห้องสัมมนาและห้องจัดเลี้ยง ขนาด 50 คน และ 100 คน
4. สนามกอล์ฟ
5. เรือนำเที่ยว

### สถานที่ท่องเที่ยวภายในเขื่อนศรีนครินทร์

เขื่อนศรีนครินทร์นับเป็นแหล่งท่องเที่ยว พักผ่อนหย่อนใจที่สวยงามอีกแห่งหนึ่งในจังหวัด กาญจนบุรีให้ทั้งความรู้และความเพลิดเพลิน แก่ผู้มาเที่ยวชมปีละเป็นจำนวนกว่าแสนคน และก่อให้เกิด การขยายตัวทางการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง เช่นแพท่องเที่ยวในอ่างเก็บน้ำ เป็นต้น

### สถานที่ท่องเที่ยวภายในเขื่อนศรีนครินทร์

1. สวนเวลารำลึก สร้างขึ้นในศุภมงคลสมัยที่สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ทรงเจริญพระชนมายุ 90 พรรษา บนเนื้อที่ 30 ไร่ บริเวณเชิงเขาริมอ่างเก็บ เริ่มก่อสร้างตั้งแต่เดือน เมษายน พ.ศ. 2533 แล้วเสร็จ เดือนมีนาคม พ.ศ. 2534 ด้วยรำลึกในพระมหากรุณาธิคุณ และตระหนักในพระราชจริยาวัตรของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนีที่ทรงยึดถือปฏิบัติ อีกทั้งแสดงออกให้ประจักษ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของเวลา ทรงเชื่อมั่นว่าเวลาเป็นของมีค่า

จึงควรใช้เวลาให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ ในการออกแบบสวนจึงเลือกนาฬิกาแดดเป็นสัญลักษณ์

2. นาฬิกาแดดและวิธีการอ่าน นาฬิกาแดดเป็นประติมากรรมสร้างขึ้นด้วยคอนกรีตเสริมเหล็ก วัดตามแนวโค้งยาว 23.80 เมตร ส่วนกว้างที่สุด 9.95 เมตร ส่วนแคบที่สุด 6.25 เมตรหนา 0.80 เมตร เข็มรับแสงอาทิตย์ทำให้เกิดเงา หล่อด้วยโลหะผสมขนาดยาว 6.50 เมตร กว้าง 1 เมตร ตั้งหันหน้าลงทิศใต้ แผ่นหน้าบิดเอียง 28.6 องศาที่เส้นรุ้ง 140° 24' 32" เหนือ เส้นแวง 990° 7' 36" ตะวันออก บนผิวหน้าปิดปิดด้วยกระเบื้องเคลือบ สีเทาขาวประกอบด้วยสัญลักษณ์และอักษรย่อบอกเดือนต่างๆ

สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงเขื่อนศรีนครินทร์

1. อุทยานแห่งชาติเอราวัณ (อุทยานแห่งชาติเขาสลอบ) เป็นน้ำตกที่ใหญ่และสวยงาม บนฝั่งแม่น้ำแควใหญ่ น้ำตกเอราวัณมีความยาว 1,500 เมตร แบ่งเป็น 7 ชั้น แต่ละชั้นมีลักษณะเป็นอ่างสามารถเล่นน้ำได้ และยังมีเส้นทางศึกษาธรรมชาติเอราวัณ ระยะทาง 1,060 เมตร ใช้เวลาประมาณ 30 นาที ผ่านป่าดิบเขา จุดชมวิวและป่าผลัดใบที่สวยงาม นักท่องเที่ยวจะได้รับ ความเพลิดเพลินในการชื่นชมธรรมชาติ และในบริเวณอุทยานฯ ยังมีบ้านพักและสถานที่กางเต็นท์ สำหรับบริการนักท่องเที่ยวที่ต้องการค้างแรมด้วย

2. อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ มีเนื้อที่ 953,500 ไร่ มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ คือ

ถ้ำสวรรค์ เป็นถ้ำที่เพิ่งค้นพบใหม่ อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ บริเวณหมู่บ้านต้นมะพร้าว ตำบลแม่กระมุง อำเภอศรีสวัสดิ์ ลักษณะถ้ำเป็นเหมือนอุโมงค์ธรรมชาติ กว้างประมาณ 9 เมตร สูง 9 เมตร ยาว 150 เมตร ที่ผนังถ้ำจะมีภาพวาดของคนโบราณ

ถ้ำนรมิต เป็นถ้ำขนาดใหญ่แบ่งเป็นหลายห้องมีหินงอกหินย้อยรูปทรงต่าง ๆ แปลกตา และสวยงามมาก ตั้งอยู่ก่อนถึงน้ำตกห้วยแม่ขมิ้นประมาณ 10 กิโลเมตร แล้วเลี้ยวไปทางวัดถ้ำนรมิตอีก 2 กิโลเมตรและเดินเท้าต่ออีกประมาณ 300 เมตร

ถ้ำน้ำมุด อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ บริเวณหมู่บ้านน้ำมุด ตำบลแม่กระมุง ปากถ้ำกว้างประมาณ 15 เมตร สูง 10 เมตร ภายในถ้ำเป็นโพรงลึกมีธารน้ำไหลออกมาจากถ้ำตลอดเวลา

ถ้ำพระปรารักษ์ เป็นอีกถ้ำหนึ่งที่มีความใหญ่โตและสวยงามมากของจังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ บริเวณบ้านน้ำมุด ตำบลแม่กระมุง ภายในถ้ำแบ่งเป็นห้องต่างๆ หลายห้องแต่ละห้องมีหินงอก หินย้อยงดงาม

3. น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น ตั้งอยู่บริเวณที่ทำการอุทยานฯริมทะเลสาบเขื่อนศรีนครินทร์ มีสภาพสวยงามเป็นอย่างยิ่ง ทิวบริเวณร่มรื่นด้วยพันธุ์ไม้ป่านานาชนิด น้ำตกไหลมาจากต้นน้ำ

ของเทือกเขากระลาซึ่งเป็นป่าดิบเขาแล้งทางทิศตะวันออกของอุทยานฯ และไหลลงสู่อ่างเก็บน้ำเขื่อนศรีนครินทร์ นับเป็นน้ำตกที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่ง น้ำตกแบ่งออกเป็น 7 ชั้น มีชื่อเรียกต่าง ๆ กันไปแต่ละชั้น แต่ละชั้นมีความสูงและความงดงามต่างกันไป ทางอุทยานฯ ได้ทำเส้นทางเดินสำหรับขึ้นไปชมน้ำตกแต่ละชั้นและยังเป็นเส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติ ช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวอยู่ในช่วงเดือนตุลาคม-เมษายน ในบริเวณอุทยานฯมีบ้านพักและสถานที่กางเต็นท์สำหรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งร้านอาหารสวัสดิการ ตอนกลางคืน มีการฉายสไลด์

ตารางที่ 2-2 สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี (แผนกรักษาความปลอดภัย เขื่อนศรีนครินทร์, 2560)

เดือน	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559
ม.ค.	83,459	58,832	38,870	72,679	85,058
ก.พ.	7,537	63,294	38,928	69,419	61,918
มี.ค.	64,571	65,486	39,409	71,995	58,492
เม.ย.	77,662	30,541	47,281	97,194	86,651
พ.ค.	64,306	35,359	58,928	93,249	83,230
มิ.ย.	44,532	27,564	34,905	60,113	50,805
ก.ค.	46,266	35,144	42,515	71,028	69,036
ส.ค.	60,900	35,601	52,631	80,537	65,218
ก.ย.	46,558	26,132	31,519	56,389	50,221
ต.ค.	64,394	35,989	44,397	79,206	64,053
พ.ย.	57,390	27,505	38,793	67,732	47,759
ธ.ค.	88,804	79,651	70,700	89,335	73,146
รวม	706,379	521,098	538,876	908,876	795,587

### แนวความคิดด้านความภักดีต่อสินค้าและบริการ

Oliver (1999) ได้ให้นิยามเกี่ยวกับความภักดีว่า เป็นพฤติกรรมของลูกค้าที่มีความตั้งใจ

ที่จะซื้อซ้ำหรือสนับสนุนตราสินค้าและบริการที่พึงพอใจ โดยมีการซื้อหรือใช้บริการอย่างสม่ำเสมอในอนาคต ถึงแม้จะมีปัจจัยที่มีอิทธิพล หรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตราสินค้าหรือบริการก็ตาม

กิตติ สิริพัลลภ (2542) ได้กล่าวว่า Brand loyalty สามารถให้ความหมายได้ทั้งในเชิงพฤติกรรมในการซื้อ (Purchase behavior) ซึ่งเป็นความหมายที่ถูกนำมาใช้มากที่สุดเพราะสามารถวัดประสิทธิภาพได้ง่าย คือการที่ผู้บริโภคมีการซื้อซ้ำในตราสินค้าเดิมบ่อยครั้งจนเกิดเป็นความภักดีในตราสินค้า และในมุมมองเชิงจิตวิทยา (Psychological) ทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีและผูกพันต่อตราสินค้า ซึ่งทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้านั้นเกิดจาก 3 ส่วน ที่สำคัญคือ ความเชื่อมั่น (Confidence) การเข้าไปอยู่กลางใจผู้บริโภค (Centrality) และความง่ายในการเข้าถึง (Accessibility) ตราสินค้าใดที่มีองค์ประกอบครบทั้งสามส่วนย่อมทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้านั้นและเกิดเป็น Brand loyalty ได้ไม่ยาก นอกจากจะเป็นกลายเป็นฐานลูกค้าที่มั่นคงแล้วยังอาจแนะนำหรือเพิ่มลูกค้าให้ธุรกิจเรามากขึ้น โดยการบอกต่อเพื่อนหรือญาติสนิทอีกด้วย

Pearce (1997 อ้างถึงใน คิฐวัฒน์ ธิปัตติ, 2551, หน้า 7) กล่าวว่า “ลูกค้าที่มีค่าต่อธุรกิจมากที่สุด คือ ลูกค้าที่มีความจงรักภักดีต่อตราห้อยอย่างมาก และเป็นผู้ที่ใช้สินค้าในปริมาณที่มากด้วย ดังนั้น โปรแกรมการตลาดใด ๆ ที่มุ่งสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า (Loyalty) จะต้องมุ่งไปที่กลุ่มลูกค้าที่มีความจงรักภักดีต่อตราห้อย และกลุ่มลูกค้าที่ซื้อในปริมาณมากจึงจะทำให้ธุรกิจได้รับกำไรในระยะยาว นั่นคือกำไรในระยะยาวจะเกิดจากโปรแกรมสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า”

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นพรัตน์ อาจเอี่ยม (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวที่เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรีจำนวน 400 คน โดยสุ่มเพศชาย 200 คน และเพศหญิง 200 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อายุ 20-30 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรีมากที่สุดคือด้านลักษณะทางกายภาพ รองมาคือปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ

และอาชีพ ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชื่อมป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้าน ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชื่อมป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี แตกต่างกัน

รุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์ (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยววัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง และเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยววัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง จำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง จำนวน 246 คน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 31 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวจะเข้ามาท่องเที่ยวภายในวัดเพื่อสักการะบูชาสมเด็จพระพุฒาจารย์โต เนื่องจากวัดเป็นสถานที่ที่ชาวพุทธทุกคนต้องมากราบไหว้พระเพื่อเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต โดยนักท่องเที่ยวเดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล และรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติและเพื่อนแนะนำ ซึ่งกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคืองานแข่งเรือยาว และการบริการที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวสนใจมาท่องเที่ยวคือความสะดวกสบายในการเดินทาง โดยนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง ด้านสถานที่และการอำนวยความสะดวกมากที่สุด และพบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวทุกด้านไม่แตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในแต่ละด้านแตกต่างกัน

เบ็ญจวรรณ คาวลลิโร (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามคุณลักษณะและทัศนคติของนักท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาข้อเสนอแนะต่อการให้บริการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามา



ท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย จำนวน 385 คน จากการรวบรวมข้อมูลพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพ โสด อายุต่ำกว่า 25 ปี ไม่ระบุอาชีพ การศึกษาระดับอนุปริญญา รายได้ต่อปีต่ำกว่า 10,000 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ ส่วนมากมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา เดินทางมาครั้งแรก มีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งไม่เกิน 500 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ และใช้วิธีการเดินทางท่องเที่ยวโดยส่วนตัว ผลการวิจัยพบว่า แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคายของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ อายุ จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคายในระดับต่ำ และทัศนคติด้านความเป็นมิตรไมตรี ความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง การบริการนำเที่ยว การบริการข้อมูลข่าวสาร โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค สถานที่พัก การอำนวยความสะดวกในการเข้าออกเมือง และอาหารและภัตตาคาร มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย โดยเป็นความสัมพันธ์ในทางบวก และแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดหนองคายขึ้นอยู่กับปัจจัย ได้แก่ สถานภาพทางการสมรส อายุ ภูมิภาค จำนวนครั้งที่มาเที่ยวในไทย จำนวนเงินที่ใช้จ่ายแต่ละครั้งและทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดหนองคาย ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รูปแบบการท่องเที่ยว อาชีพ และรายได้ของนักท่องเที่ยว

เจลิเยว สุกใส (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทของคนไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทของคนไทย เพื่อศึกษาลักษณะการท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทของคนไทย และ เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทของคนไทยเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือคนไทยที่มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว 10 แห่งในจังหวัดชัยนาท จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง วัย 21-59 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพนักเรียนนักศึกษา รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท อาศัยอยู่ภาคกลาง เดินทางมาเพื่อพักผ่อน ช่วงวันหยุดเทศกาล ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้านพฤติกรรมกรท่องเที่ยว คือ ความสนุกสนานและความบันเทิง ด้านแหล่งท่องเที่ยวคือแหล่งท่องเที่ยวมีความสงบและเป็นธรรมชาติ ด้านคมนาคม คือการเดินทางสะดวกสบาย ด้านความปลอดภัยคือ มาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักคือ ระบบความปลอดภัยในที่พัก และด้านข้อมูลข่าวสาร คือ อินเทอร์เน็ต ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกตามเพศ ระดับ

การศึกษา อาชีพ และที่อยู่อาศัย และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05 และ 0.001 เมื่อจำแนกตามวัย สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือนตามลำดับ

จิรภัทร มั่นคง (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการใช้สถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติภูกระดึง จังหวัดเลย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลจากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และการบริการอื่นๆที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในหารตัดสินใจใช้บริการสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติภูกระดึง จังหวัดเลย กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติภูกระดึง จังหวัดเลย จำนวน 399 คน โดยใช้แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 22-25 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท สถานภาพโสด โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานที่พักในบริเวณอุทยานแห่งชาติภูกระดึง จังหวัดเลย จากปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการอื่น ๆ ในระดับมาก

เลิศพร ภาระสกุล (2556) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และเพื่อเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2552 ปี พ.ศ. 2553 และ ปี พ.ศ. 2555 และเพื่อเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกา ทวีปยุโรป และภูมิภาคเอเชียตะวันออก กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2552 ปี จำนวน 420 คน ปี พ.ศ. 2553 จำนวน 328 คน และ ปี พ.ศ. 2555 จำนวน 462 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 25-34 ปี อาชีพนักศึกษา เดินทางมาเที่ยวไทยเป็นครั้งแรก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวมี 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวที่ดีจะต้องมี ปัจจัยที่ 2 คือ ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย ปัจจัยที่ 3 คือ แรงจูงใจที่จะพัฒนาทักษะของตนและแรงจูงใจในการสร้างสัมพันธภาพกับคนไทย ปัจจัยที่ 4 คือปัจจัยทางการสื่อสารการตลาด โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือการที่ประเทศไทยมีความพร้อมด้านปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว เช่น การมีโรงแรมที่พักที่ได้มาตรฐาน การมีอาหารการกินที่ปลอดภัย เป็นประเทศที่มีความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว และความคุ้มค่างบเงินที่นักท่องเที่ยวต้องจ่าย

สุรัชย์ จันทร์จรัส และอาร์ม นาคธรรม (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการกลับมาเที่ยวซ้ำเชิงคานของนักท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากต่างจังหวัด และปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาเที่ยวซ้ำ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่เชิงคาน จำนวน 856 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระยะการเดินทางระหว่าง 500-599 กิโลเมตร ภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง และรู้จักเชิงคานจากการบอกต่อของคนรู้จัก ส่วนมากเลือกที่พักแบบโฮมสเตย์ จำนวน 0-2 คืน เดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว วัตถุประสงค์หลักคือเดินทางมาเพื่อพักผ่อน จุดเด่นที่สุดของเชิงคานที่เป็นแรงดึงดูดใจให้คนมาเที่ยวคือ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของเชิงคาน ส่วนปัจจัยด้านวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม และความเป็นมิตรของคนในพื้นที่ เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวพอใจที่สุด และสิ่งที่ควรปรับปรุงคือราคาของที่ระลึก ละจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาเที่ยวเชิงคานอีกครั้งคือ 0.5-5 ปี และปัจจัยด้านระยะทางปัจจัยเดียวที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวเชิงคานซ้ำเป็นลบ

จิตติมา รัตนพงษ์ (2558) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของความผูกพันและความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความผูกพันและความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นครั้งที่ 2 ขึ้นไป พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ละมีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ ส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช 3-5 ครั้ง มีวัตถุประสงค์เพื่อเดินทางมาท่องเที่ยว/พักผ่อน ส่วนใหญ่จัดการเดินทางเอง ผู้ร่วมทางเป็นครอบครัว/ญาติ ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผลกระทบของความผูกพันสามารถร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความผูกพันทุกด้านมีผลกระทบต่อความพึงพอใจในทุกด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการช่วยเหลือจากภาครัฐ และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และผลกระทบของความผูกพันสามารถร่วมกันพยากรณ์แนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ

อติทยา บัวศรี และสุพาดา สิริกุดตา (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี, ศึกษาการรับรู้และคุณค่าการรับรู้จากแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และ ศึกษาความพึงพอใจจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างคือที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี 400 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา 10 สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ละ 40 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-34 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้น้อยกว่า 15,000 บาท โดยกลุ่มตัวอย่างมีคุณค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านเวลาดี คือใช้เวลาไม่มากนักในการหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว มีคุณค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านการเงินดี คือการท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไป และมีคุณค่าที่รับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านความพยายามดี คือไม่ต้องใช้ความพยายามมากนักในการมาท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวมาก คือแหล่งท่องเที่ยวนี้มีความโดดเด่นในทางธรรมชาติ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับพอใจ ได้แก่ชอบใจ และมีความสุขมากกับแหล่งท่องเที่ยว และกลุ่มตัวอย่างมีความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวมาก คือจะบอกคนอื่นเกี่ยวกับสิ่งดี ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวนี้

Reitsamer, Sperdin and Sauer (2016) ทำการศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจของสถานที่ท่องเที่ยวต่อความผูกพันกับสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยของสถานที่ที่ส่งผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยว และศึกษาการเชื่อมโยงไปยังความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยว 900 คน ที่เดินทางมาเที่ยวที่สกีรีสอร์ท 4 แห่ง คือ Kühtai, Ischgl, Brixental และ Saalbach-Hinterglemm ของประเทศออสเตรีย ในช่วงหน้าหนาวปี 2013/ 14 โดยใช้การสัมภาษณ์ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาเป็น 2 กลุ่ม เพื่อศึกษาปัจจัยทั้งสิ้นสี่ด้าน คือ ด้านการเข้าถึงสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านทิวทัศน์ และด้านชุมชนท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 41-50 ปี เดินทางมาท่องเที่ยวที่สถานที่นั้นเป็นครั้งแรก และเดินทางมากับครอบครัวเพื่อมาทำกิจกรรมในวันหยุด จากผลวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า การทดสอบกับกลุ่มที่ตัวอย่างที่ 1 ปัจจัยทั้งสิ้นสี่คือด้านการเข้าถึงสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านทิวทัศน์ และด้านชุมชนท้องถิ่นส่งผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยว โดยปัจจัยด้านการเข้าถึงสถานที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะอาด และด้านชุมชนสัมพันธ์ ส่งผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวเชิงบวก ในขณะที่ด้าน  
ทิวทัศน์ไม่ได้มีอิทธิพลอย่างชัดเจนต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยว แต่ในกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ปัจจัยทั้ง 4  
ส่งผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน จากนั้นทำการศึกษาต่อจากกลุ่มตัวอย่างที่สอง  
ว่าทัศนคติส่งผลต่อความผูกพันอย่างไร ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการเข้าถึงสถานที่  
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านชุมชนท้องถิ่นส่งผลต่อความผูกพันโดยตรงโดยไม่ต้องผ่าน  
การสร้างทัศนคติ ในขณะที่ด้านทิวทัศน์จะส่งผลเป็นลบโดยตรงต่อความผูกพันต่อสถานที่  
และส่งผลเป็นบวกต่อความผูกพันต่อสถานที่ หากผ่านการสร้างทัศนคติ

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยว  
เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวม  
ข้อมูล โดยการวิจัยแบบเชิงสำรวจ (Survey research) ซึ่งเป็นการจัดทำแบบสอบถามแบบปิด (Close  
question) โดยกำหนดตัวเลือกของคำตอบไว้เรียบร้อยแล้ว รวมทั้งการเลือกเก็บข้อมูล และใช้วิธีการ  
ทางสถิติในการตรวจสอบสมมติฐานที่ตั้งขึ้นจากข้อมูลที่เก็บรวบรวมดังกล่าว สำหรับการวิจัยครั้งนี้  
ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษารายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง
2. วิธีการรวบรวมข้อมูล
3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย
4. ลักษณะของแบบสอบถาม
5. ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
6. การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล
7. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

#### การกำหนดประชากรและขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว  
เขื่อนศรีนครินทร์ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้สูตรจากการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวน  
ประชากร ดังสูตรของ Moser and Kalton (1972) โดยผู้วิจัยกำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95  
และความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าไม่เกินร้อยละ 5 ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดยที่  $n$  = จำนวนตัวอย่าง

$e$  = ความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า

$Z$  = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงปกติ ที่ระดับความเชื่อมั่น

ร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าไม่เกินร้อยละ 5

แทนค่าในสูตรดังนี้

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2}$$

$$= 384.16$$

ผลการคำนวณจะได้ค่า  $n = 384.16$  คน ซึ่งหมายถึงกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะต้องมีจำนวน 385 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงสำรวจการเก็บตัวอย่างเพิ่มเป็น 400 คน

#### ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างโดยโดยใช้ความสะดวก (Convenience) ซึ่งเป็น Non-probability โดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ไปทำการเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์

#### วิธีการรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยการสำรวจ (Survey) ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล วิธีการแจกแบบสอบถาม คือ ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง และการฝากแบบสอบถามให้เจ้าหน้าที่ร้านอาหารที่เยือนศรีนครินทร์ช่วยแจกแบบสอบถาม โดยทำการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคม ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2560 แล้วจึงนำข้อมูลที่จัดเก็บได้ มารวบรวมตรวจสอบความถูกต้อง เฉพาะข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์เท่านั้นที่ผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล

#### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

1. ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างแบบสอบถาม ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำมาดำเนินการทดสอบ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 ชุด
4. นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ มาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability analysis)
5. ปรับปรุงรูปแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อแก้ไขปรับปรุงจนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ
6. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่าง

### ลักษณะของแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร วารสาร และงานวิจัยต่าง ๆ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด โดยแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) โดยใช้มาตรานามบัญญัติ (Nominal scale) และมาตราเรียงลำดับ (Ordinal scale)

**ส่วนที่ 2** พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) โดยใช้มาตรานามบัญญัติ (Nominal scale) และมาตราเรียงลำดับ (Ordinal scale)

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม และชุมชนท้องถิ่น

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์

**ส่วนที่ 5** แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

โดยแบบสอบถามส่วนที่ 3-5 มี ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของ Likert scale โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน



## เกณฑ์การวัดระดับ

ระดับคะแนน	ความหมาย
ระดับ 5 ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00	อยู่ในเกณฑ์ให้มากที่สุด
ระดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50	อยู่ในเกณฑ์มาก
ระดับ 3 ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50	อยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง
ระดับ 2 ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50	อยู่ในเกณฑ์น้อย
ระดับ 1 ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50	อยู่ในเกณฑ์ น้อยที่สุด

### ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ดังนั้นเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่เครื่องมือ และเพื่อให้แบบสอบถามมีคุณภาพ สามารถเก็บข้อมูลได้ถูกต้อง สมบูรณ์มากที่สุด ผู้วิจัยจึงได้ทดสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งผู้จัดทำจึงได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Try-out) จำนวน 50 ชุด จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่รวบรวมได้ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ที่ Nunnally (1978) ได้เสนอไว้ว่าค่า  $\alpha$  มากกว่าหรือเท่ากับ 0.7

#### ตารางที่ 3-1 การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ข้อคำถาม	Alpha
ปัจจัยด้านสถานที่	0.715
ปัจจัยด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว	0.766
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.794
ปัจจัยด้านกิจกรรม	0.723
ปัจจัยด้านชุมชนท้องถิ่น	0.710
รวม	0.715

หมายเหตุ n = 50

## การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS for Windows

## สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติที่ใช้ในการอธิบายคุณลักษณะหรือรายละเอียดของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่
  - 1.1 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นำมาแจกแจงในรูปของสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ
  - 1.2 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว และแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. สถิติอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน
  - 2.1 สมมติฐานที่ 1 ใช้ทดสอบสมมติฐานเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ Independent sample t-test และการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01 โดยใช้วิธี Least significant difference (LSD)
  - 2.2 สมมติฐานที่ 2 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน (Multiple linear regression analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01 การตรวจสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อน (Testing for autocorrelation) สามารถทำได้โดยใช้วิธีการทดสอบทางสถิติ ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อน คือ ค่าสถิติ Durbin-Watson โดยพิจารณาว่าค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าระหว่าง 1.50-2.50 (อัจฉริยา ปราบอริพ่าย, 2547) การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Testing multicollinearity) โดยพิจารณาจาก

ค่า Tolerance ถ้าค่า Tolerance มากกว่า 0.1 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (Menard, 1995) และพิจารณาจากค่า VIF ( Variance inflation factor ) ถ้าค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (Lind, Marchal and Wathen, 2010) การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามว่ามีความสัมพันธ์กันเป็นเส้นตรงหรือไม่ การตรวจสอบจะพิจารณาจากกราฟ Normal probability (P-P) ของค่า Standard residual มีลักษณะเป็นเส้นตรง

2.3 สมมติฐานที่ 3 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple linear regression analysis) ทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 0.01

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว เยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว เยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว เยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่เยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

#### สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	หมายถึง	จำนวนตัวอย่าง
$\bar{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง
SD	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
P-value	หมายถึง	ค่าความน่าจะเป็นที่คำนวณได้
df	หมายถึง	องศาของควมอิสระ

t	หมายถึง	ค่าที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	หมายถึง	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
SS	หมายถึง	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS	หมายถึง	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
R	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R <sup>2</sup>	หมายถึง	กำลังสองของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
SEE	หมายถึง	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์
Se <sub>b</sub>	หมายถึง	ความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่าพารามิเตอร์
b	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ซึ่งพยากรณ์ใน รูปคะแนนดิบ
β	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ซึ่งพยากรณ์ ในรูปคะแนนมาตรฐาน
*	หมายถึง	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	หมายถึง	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

## ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยวิธีการแจกแจง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เสนอเป็นตารางประกอบความเรียง ดังนี้

ตารางที่ 4-1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	182	45.50
หญิง	218	54.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-1 ผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 และเป็นเพศชาย จำนวน 182 คิดเป็นร้อยละ 45.5

ตารางที่ 4-2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	69	17.25
26-35 ปี	171	42.75
36-45 ปี	118	29.50
46-55 ปี	32	8.00
56 ปีขึ้นไป	10	2.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 26-35 ปี จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 รองลงมาคืออายุ 36-45 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 มีอายุ 46-55 ปี 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และน้อยที่สุดคือมีอายุ 56 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ตารางที่ 4-3 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	183	45.75
สมรส	216	54.00
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	1	0.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมา มีสถานภาพโสด จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 และน้อยสุดมีสถานภาพหม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 4-4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	125	31.25
ปริญญาตรี/ เทียบเท่า	267	66.75
สูงกว่าปริญญาตรี	8	2.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี/ เทียบเท่า จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.75 รองลงมา มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 และน้อยที่สุดมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 4-5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	32	8.00
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	143	35.75
พนักงานบริษัทเอกชน	167	41.75
ธุรกิจส่วนตัว	33	8.25
อื่น ๆ	25	6.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 รองลงมามีอาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 33 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.25 มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และน้อยที่สุดคืออาชีพ อื่นๆ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25

ตารางที่ 4-6 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	41	10.25
10,000-20,000 บาท	153	38.25
20,001-30,000 บาท	154	38.50
มากกว่า 30,000 บาท	52	13.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และน้อยที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามจำนวนครั้งที่มา วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง บุคคลร่วมเดินทาง ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวที่เลือกมาท่องเที่ยว โดยวิธีการแจกแจง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เสนอเป็นตารางประกอบ ความเรียง ดังนี้



ตารางที่ 4-7 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

จำนวนครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาเป็นครั้งแรก	188	47.00
มาเป็นครั้งที่ 2-5	164	41.00
มาเป็นครั้งที่ 6-10	48	22.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์เป็นครั้งแรก จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ครั้งนี้เป็นครั้งที่ 2-5 จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 และเดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ครั้งนี้เป็นครั้งที่ 6-10 จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00

ตารางที่ 4-8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักผ่อน	293	73.25
เยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติ	30	7.50
อบรม/ สัมมนา/ ทัศนศึกษา	44	11.00
อื่นๆ	33	8.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์เพื่อพักผ่อน จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.25 เพื่ออบรม/ สัมมนา/ ทัศนศึกษา จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 เดินทางมาเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และเดินทางมาเพื่อเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4-9 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามวิธีการเดินทาง

วิธีการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถส่วนตัว	324	81.00
รถขนส่งมวลชน	32	8.00
บริษัทนำเที่ยว/ คณะทำงาน/ คณะโรงเรียน	44	11.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์โดยรถส่วนตัว จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.00 เดินทางโดย บริษัทนำเที่ยว/ คณะทำงาน/ คณะโรงเรียน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และเดินทางโดย รถขนส่งมวลชน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คนเดียว	6	1.50
ครอบครัว	206	51.50
เพื่อน	147	36.75
อื่นๆ	41	10.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์กับครอบครัว จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 เดินทางมากับคนอื่น ๆ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และเดินทางมาคนเดียว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

ตารางที่ 4-11 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว  
ที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามที่พัก

ที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้านพักรับรองของเขื่อนศรีนครินทร์	243	60.75
โรงแรม/รีสอร์ท/ เกสต์เฮาส์	88	22.00
บ้านพักรับรองอุทยาน	42	10.50
อื่น ๆ	27	6.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่พักที่บ้านพักรับรองของเขื่อนศรีนครินทร์ จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 พักที่โรงแรม/รีสอร์ท/เกสต์เฮาส์ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 พักที่บ้านพักรับรองอุทยาน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และพักที่อื่น ๆ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75

ตารางที่ 4-12 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว  
ที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยว

สถานที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โรงไฟฟ้า	105	10.11
สันเขื่อน	264	25.41
สวนเวลารำลึก	206	19.83
ศูนย์ราชานุรักษ์	99	9.53
น้ำตกเอราวัณ	232	22.33
น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น	52	5.00
ถ้ำพระธาตุ	53	5.68
อื่น ๆ	22	2.12
รวม	1,033	100.00

จากตารางที่ 4-12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เลือกมาท่องเที่ยวที่สันเขื่อน จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 25.21 รองมาคือน้ำตกเอราวัณ จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 22.33 สวนเวลารำลึก จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 19.83 โรงไฟฟ้า จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 10.11 ศูนย์ราชานุรักษ์ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 9.53 ถ้ำพระธาตุ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 5.68 น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และสถานที่อื่น ๆ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 2.12

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการสำรวจผู้วิจัยนำเสนอให้เห็นถึงระดับความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ โดยใช้หลักเกณฑ์แต่ละช่วงคะแนนเท่ากัน (กลายาวณิชย์ปัญญา, 2549) ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
1.00-1.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด
1.51-2.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
2.51-3.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
3.51-4.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
4.51-5.00	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4-13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	4.27	0.33	มาก
2. ด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว	3.81	0.41	มาก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.22	0.45	มาก
4. ด้านกิจกรรม	3.79	0.52	มาก
5. ด้านชุมชนท้องถิ่น	3.65	0.45	มาก
รวม	3.95	0.43	มาก

จากตารางที่ 4-13 ภาพรวมค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.95 (SD = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมาก ทั้ง 5 ด้าน โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย 4.27 (SD = 0.33) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 4.22 (SD = 0.45) ด้านการเข้าถึง สถานที่ท่องเที่ยว เป็นอันดับ 3 ค่าเฉลี่ย 3.81 (SD = 0.41) ด้านกิจกรรม เป็นอันดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.79 (SD = 0.52) และด้านชุมชนท้องถิ่น เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย 3.65 (SD = 0.45)

ตารางที่ 4-14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่

ด้านสถานที่	ระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจ					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ความสวยงามของสถานที่	149 37.25%	214 53.50%	37 9.25%	- 0%	- 0%	4.28	0.62	มาก	3
2. ความโดดเด่นของสถานที่	135 33.75%	217 54.25%	47 11.75%	1 0.25%	- 0%	4.22	0.65	มาก	4
3. ความน่าสนใจของสถานที่	109 27.25%	235 58.75%	56 14%	- 0%	- 0%	4.13	0.63	มาก	5
4. สถานที่ใกล้เคียง	150 37.50%	228 57.00%	21 5.25%	1 0.25%	- 0%	4.32	0.58	มาก	2
5. ความมีชื่อเสียงของสถานที่	198 49.50%	173 43.25%	29 7.25%	- 0%	- 0%	4.42	0.62	มาก	1
รวม (n = 400)						4.27	0.33	มาก	

จากตารางที่ 4-14 ภาพรวมค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.27 (SD = 0.33) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมากทุกด้าน โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านความมีชื่อเสียงของสถานที่ เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย 4.42 (SD = 0.62) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงเป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 4.32 (SD = 0.58) ด้านความสวยงามของสถานที่ เป็น 3 ค่าเฉลี่ย 4.28 (SD = 0.62) ด้านความโดดเด่นของสถานที่ เป็นอันดับ 4 ค่าเฉลี่ย 4.22 (SD = 0.65) และด้านความน่าสนใจของสถานที่เป็นอันดับที่ 5 ค่าเฉลี่ย 4.13 (SD = 0.63)

ตารางที่ 4-15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการเข้าถึงสถานที่

ด้านการเข้าถึงสถานที่	ระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจ					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ความสะดวกสบายในการเดินทาง	108 27.00%	205 51.25%	83 20.75%	4 1.00%	- 0.00%	4.04	0.72	มาก	2
2. ความหลากหลายในการเดินทาง	6 1.50%	172 43.00%	175 43.75%	44 11.00%	3 0.75%	3.34	0.72	ปานกลาง	4
3. ระยะเวลาในการเดินทาง	39 9.75%	232 58.00%	120 30.00%	9 2.25%	- 0.00%	3.75	0.65	มาก	3
4. การประชาสัมพันธ์	87 21.75%	264 66.00%	48 12.00%	1 0.25%	- 0.00%	4.09	0.58	มาก	1
รวม (n = 400)						3.81	0.41	มาก	

จากตารางที่ 4-15 ภาพรวมค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการเข้าถึงสถานที่ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.81 (SD = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมาก 3 ด้าน และระดับปานกลาง 1 ด้าน โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย 4.09 (SD = 0.58) ด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 4.04 (SD = 0.72) ด้านระยะเวลาในการเดินทาง เป็นอันดับ 3 ค่าเฉลี่ย 3.75 (SD = 0.65) และด้านความหลากหลายในการเดินทาง เป็นอันดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.34 (SD = 0.72)

ตารางที่ 4-16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจ						$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	missing				
1. ความพร้อมของบ้านพัก	163 27.00%	203 51.25%	30 20.75%	- 1.00%	- 0.00%	4 1.00%	4.34	0.61	มาก	1
2. การให้บริการและราคาของร้านอาหาร	153 38.25%	187 46.75%	58 14.50%	2 0.50%	- 0.00%	- 0.00%	4.23	0.70	มาก	3
3. บริการจองที่พัก	119 29.25%	192 48.00%	79 19.75%	8 2.00%	- 0.00%	2 0.50%	4.06	0.76	มาก	4
4. ราคาที่พักแรม	155 38.75%	194 48.50%	46 11.50%	3 0.75%	- 0.00%	2 0.50%	4.26	0.69	มาก	2
รวม (n = 400)							4.22	0.45	มาก	

จากตารางที่ 4-16 ภาพรวมค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.22 (SD = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับดังนี้ ความพร้อมของบ้านพักรับรองเชื่อมศรีนครินทร์ เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย 4.34 (SD = 0.61) ด้านราคาที่พัก เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 4.26 (SD = 0.69) ด้านการให้บริการและราคาของร้านอาหาร เป็นอันดับ 3 ค่าเฉลี่ย 4.23 (SD = 0.70) และบริการจองที่พัก เป็นอันดับ 4 ค่าเฉลี่ย 4.06 (SD = 0.76)



ตารางที่ 4-17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านกิจกรรม

ด้านกิจกรรม	ระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจ					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. กิจกรรมสร้างฝาย	152	191	56	1	-	4.24	0.69	มาก	1
2. กิจกรรมส่องเรือ/ส่องแพ	148	146	91	15	-	4.07	0.86	มาก	2
3. กิจกรรมกีฬา	30	98	173	68	31	3.07	1.01	ปานกลาง	3
รวม (n = 400)						3.79	0.52	มาก	

จากตารางที่ 4-17 ภาพรวมค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านกิจกรรม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.79 (SD = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมาก 2 ด้าน ระดับปานกลาง 1 ด้าน โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ กิจกรรมสร้างฝาย เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย 4.24 (SD = 0.69) กิจกรรมส่องเรือ/ส่องแพ เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 4.07 (SD = 0.86) และกิจกรรมเกี่ยวกับกีฬา เป็นอันดับ 3 ค่าเฉลี่ย 3.07 (SD = 1.01)

ตารางที่ 4-18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านชุมชนท้องถิ่น

ด้านชุมชนท้องถิ่น	ระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจ					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. เอกลักษณ์ชุมชนท้องถิ่น	11 2.75%	150 37.50%	206 51.50%	33 8.25%	- 0.00%	3.35	0.67	ปานกลาง	2
2. วิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น	9 2.25%	135 33.75%	208 52.00%	46 11.50%	2 0.50%	3.26	0.71	ปานกลาง	3
3. ความเป็นมิตรของคนในชุมชนท้องถิ่น	185 46.25%	169 42.25%	46 11.50%	- 0.00%	- 0.00%	4.44	0.68	มาก	1
รวม (n = 400)						3.65	0.45	มาก	

จากตารางที่ 4-18 ภาพรวมค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านชุมชนท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.65 (SD = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมาก 1 ด้าน ระดับปานกลาง 2 ด้าน โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ ความเป็นมิตรของคนในชุมชนท้องถิ่น เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย 4.44 (SD = 0.68) เอกลักษณ์ชุมชนท้องถิ่น เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 3.35 (SD = 0.67) และวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น เป็นอันดับ 3 ค่าเฉลี่ย 3.26 (SD = 0.71)

#### ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 4-19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อ  
สถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ความผูกพันต่อ สถานที่ท่องเที่ยว เขื่อนศรีนครินทร์	ระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจ					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. มีความชื่นชอบ และผูกพัน	187 46.75%	197 49.25%	16 4.00%	- 0.00%	- 0.00%	4.43	0.57	มาก	1
2. มีประสบการณ์ที่ดี	65 16.25%	221 55.25%	114 28.50%	- 0.00%	- 0.00%	3.88	0.66	มาก	4
3. เลือกมาท่องเที่ยว ทุกครั้งในวันหยุด	72 18.00%	232 58.00%	96 24.00%	- 0.00%	- 0.00%	3.94	0.65	มาก	3
4. ใช้เวลาท่องเที่ยว อย่างคุ้มค่า	99 24.75%	256 64.00%	45 11.25%	- 0.00%	- 0.00%	4.14	0.59	มาก	2
รวม (n = 400)						4.08	0.44	มาก	

จากตารางที่ 4-19 ภาพรวมค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.08 (SD = 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับ ดังนี้ มีความชื่นชอบและผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย 4.43 (SD = 0.57) ใช้เวลาท่องเที่ยวอย่างคุ้มค่าเป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 4.14 (SD = 0.59) เลือกมาท่องเที่ยวทุกครั้งในวันหยุดเป็นอันดับ 3 ค่าเฉลี่ย 3.94 (SD = 0.65) และได้รับประสบการณ์ที่ดี เป็นอันดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.88 (SD = 0.66)

## ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเชื่อมศรินครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 4-20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นแนวโน้มการตัดสินใจ  
กลับมาท่องเที่ยวเชื่อมศรินครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

แนวโน้มการ ตัดสินใจกลับมา ท่องเที่ยวเชื่อมศรี นครินทร์	ระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจ					$\bar{X}$	SD	ระดับ	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. ความพึงพอใจ	161 40.25%	220 55.00%	18 4.50%	1 0.25%	- 0.00%	4.35	0.58	มาก	2
2. บอกต่อให้คนรู้จัก มาเที่ยว	194 48.50%	190 47.50%	16 4.00%	- 0.00%	- 0.00%	4.45	0.57	มาก	1
3. กลับมาท่องเที่ยว อีก	128 32.00%	247 61.75%	25 6.25%	- 0.00%	- 0.00%	4.26	0.56	มาก	3
รวม (n = 400)						4.35	0.41	มาก	

จากตารางที่ 4-20 ภาพรวมค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเชื่อมศรินครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.35 (SD = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับมากทั้ง 3 ด้าน โดยมีความคิดเห็นเรียงตามลำดับดังนี้ จะบอกต่อให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวที่เชื่อมศรินครินทร์ เป็นอันดับหนึ่ง ค่าเฉลี่ย 4.45 (SD = 0.57) มีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชื่อมศรินครินทร์ เป็นอันดับ 2 ค่าเฉลี่ย 4.35 (SD = 0.58) และจะกลับมาท่องเที่ยวที่เชื่อมศรินครินทร์อีกครั้งในอนาคต เป็นอันดับ 3 ค่าเฉลี่ย 4.26 (SD = 0.56)

## ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-21 ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ

	เพศ	n	$\bar{X}$	SD	t	P-value
ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว	ชาย	182	4.08	0.42	0.31	0.975
	หญิง	218	4.08	0.45		
	รวม	400				

จากตารางที่ 4-21 ภาพรวมการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่าค่าP-value มีค่าเท่ากับ 0.975 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว  
เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว  
เขื่อนศรีนครินทร์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว  
เขื่อนศรีนครินทร์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-22 ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์  
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ

	อายุ	n	$\bar{X}$	SD	F	P-value
ความผูกพันต่อ สถานที่ท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 25 ปี	69	4.01	0.42	0.788	0.534
	26 – 35 ปี	171	4.11	0.44		
	36 – 45 ปี	118	4.10	0.41		
	46 – 55 ปี	32	4.04	0.53		
	56 ปีขึ้นไป	10	4.03	0.48		
	รวม	400	4.08	0.44		

จากตารางที่ 4-22 ภาพรวมการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความผูกพันต่อสถานที่  
ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ One-way  
ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า ค่า P-value  
มีค่าเท่ากับ 0.534 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  หมายความว่า  
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์  
ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-23 ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามสถานภาพ

	สถานภาพ	n	$\bar{X}$	SD	F	P-value
ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว	โสด	182	4.11	0.43	1.359	0.258
	สมรส	216	4.06	0.44		
	หม้าย, หย่าร้าง, แยกกันอยู่	1	3.67			
	รวม	400	4.08	0.44		

จากตารางที่ 4-23 ภาพรวมการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติ One-way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า ค่า P-value มีค่าเท่ากับ 0.258 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.4** นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-24 ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา

	ระดับการศึกษา	n	$\bar{X}$	SD	F	P-value
ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี	125	4.10	0.41	0.390	0.677
	ปริญญาตรี					
	ปริญญาตรี	267	4.06	0.45		
	สูงกว่าปริญญาตรี	8	3.40	0.33		
	รวม	400	4.08	0.44		

จากตารางที่ 4-24 ภาพรวมการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ One-way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า ค่า P-value มีค่าเท่ากับ 0.677 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ไม่แตกต่างกัน



สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-25 ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอาชีพ

	อาชีพ	n	$\bar{X}$	SD	F	P-value
ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว	นักเรียน, นักศึกษา	32	4.08	0.46	0.089	0.986
	ข้าราชการ, รัฐวิสาหกิจ	143	4.09	0.47		
	พนักงานบริษัทเอกชน	167	4.08	0.41		
	ธุรกิจส่วนตัว	33	4.04	0.41		
	อื่นๆ	25	4.08	0.46		
	รวม	400	4.08	0.44		

จากตารางที่ 4-25 ภาพรวมการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ One-way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า ค่า P-value มีค่าเท่ากับ 0.986 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.6** นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-26 ผลการเปรียบเทียบระดับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	n	$\bar{X}$	SD	F	P-value
ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว	น้อยกว่า 10,000 บาท	41	4.11	0.40	0.171	0.916
	10,000-20,000 บาท	153	4.10	0.42		
	20,001-30,000 บาท	154	4.10	0.44		
	มากกว่า 30,000 บาท	52	4.04	0.49		
	รวม	400	4.08	0.44		

จากตารางที่ 4-26 ภาพรวมการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ One-way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบพบว่า ค่า P-value มีค่าเท่ากับ 0.916 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม และชุมชนท้องถิ่น ส่งผลต่อความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว เชื้อนครินทร์

$H_0$ : ปัจจัย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม และชุมชนท้องถิ่น ไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชื้อนครินทร์

$H_1$ : ปัจจัย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม และชุมชนท้องถิ่น ส่งผลต่อความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชื้อนครินทร์

ตารางที่ 4-27 ผลการวิเคราะห์ Enter multiple linear regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชื้อนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชื้อนครินทร์

Model	Sum of squares	df	Mean square	F	Sig.
Regression	14.585	5	2.917	18.580	0.000**
Residual	61.858	394	0.157		
Total	76.443	399			

หมายเหตุ \*P-value < 0.05, \*\*P-value < 0.01

จากตารางที่ 4-27 ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ Multiple linear regression analysis ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 พบว่า ค่า P-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า ปัจจัย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม และชุมชนท้องถิ่น ด้านใดด้านหนึ่ง ส่งผลต่อความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชื้อนครินทร์ในรูปแบบสมการเชิงเส้น

ตารางที่ 4-28 ผลการวิเคราะห์ Enter multiple linear regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม และชุมชนท้องถิ่น กับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
ค่าคงที่	1.365	0.318		4.291	0.000**		
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	0.100	0.065	0.075	1.538	0.125	0.860	1.163
ด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว	0.162	0.054	0.154	3.016	0.003**	0.792	1.262
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.166	0.0348	0.173	3.473	0.001**	0.832	1.202
ด้านกิจกรรม	0.056	0.040	0.066	1.404	0.161	0.920	1.087
ด้านชุมชนท้องถิ่น	0.208	0.047	0.214	4.433	0.000**	0.885	1.130
R	0.437						
R Square	0.191						
Adjusted R Square	0.181						
F-ratio	18.580	(0.000**)					
Durbin-Watson	1.821						

ตัวแปรตาม คือ ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์

หมายเหตุ \*P-value < 0.05, \*\*P-value < 0.01

จากตารางที่ 4-28 เมื่อทดสอบแล้วพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม และชุมชนท้องถิ่น ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance ทุกตัวแปร มีค่าระหว่าง 0.792-0.920 ซึ่งมากกว่า 0.1 และค่า VIF ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน จึงแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ “ปัจจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก

กิจกรรม และชุมชนท้องถิ่น” และตัวแปรตาม “ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์” ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.437 พบว่า ตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม และชุมชนท้องถิ่นกับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ มีความสัมพันธ์กัน มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R square) เท่ากับ 0.191 พบว่า การเปลี่ยนแปลงของ “ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์” ขึ้นอยู่กับปัจจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม และชุมชนท้องถิ่น ร้อยละ 19.1 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว (Adjusted R square) เท่ากับ 0.181 ทดสอบค่า Durbon-Watson เท่ากับ 1.821 ค่าสถิติทดสอบ F ปรากฏว่าค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 และ 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรต้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม และชุมชนท้องถิ่น อย่างน้อย 1 ตัว ที่สามารถทำนายผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ได้

สามารถแสดงสมการทำนายความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้ดังนี้

$$\text{Unstandardized } \hat{Y} = 1.365 + 0.100X_1 + 0.162X_2^{**} + 0.166X_3^{**} + 0.056X_4 + 0.208X_5^{**}$$

$$\text{Standardized } \hat{Y} = 0.075X_1 + 0.154X_2^{**} + 0.173X_3^{**} + 0.066X_4 + 0.214X_5^{**}$$

เมื่อ  $\hat{Y}$  = ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์

$X_1$  = ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว

$X_2$  = ปัจจัยด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว

$X_3$  = ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

$X_4$  = ปัจจัยด้านกิจกรรม

$X_5$  = ปัจจัยด้านชุมชนท้องถิ่น

จากการผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่ามีตัวแปรอิสระปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์ และส่งผล

ต่อตัวแปรตาม “ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์” จำนวน 3 ตัวแปร คือ ตัวแปรอิสระ “ด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านชุมชนท้องถิ่น” และนำตัวแปรดังกล่าวไปทดสอบสมมติฐานอีกครั้ง โดยใช้วิธี Enter multiple linear regression

ตารางที่ 4-29 ผลการวิเคราะห์ Enter multiple linear regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และชุมชนท้องถิ่น กับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
ค่าคงที่	2.049	0.233		8.793	0.000**		
ด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว						0.860	1.162
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.186	0.048	0.187	3.865	0.000**		
ด้านชุมชนท้องถิ่น	0.263	0.045	0.288	5.909	0.000**	0.842	1.187
	0.132	0.042	0.114	3.117	0.002**	0.942	1.062
R	0.453						
R Square	0.205						
Adjusted R Square	0.199						
F-ratio	34.090		(0.000**)				
Durbin-Watson	1.674						

ตัวแปรตาม คือ ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์

หมายเหตุ \*P-value < 0.05, \*\*P-value < 0.01

จากตารางที่ 4-29 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านชุมชนท้องถิ่น เมื่อทดสอบแล้วค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ “ด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านชุมชนท้องถิ่น” กับตัวแปรตาม “ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยว

ชาวไทย” มีค่าเท่ากับ 0.453 มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R Square) เท่ากับ 0.205 หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงของ “ ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ” ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านชุมชนท้องถิ่น ร้อยละ 20.50 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว (Adjusted R Square) เท่ากับ 0.199 และค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.674

สามารถแสดงสมการทำนายความความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้ดังนี้

$$\text{Unstandardized } \hat{Y} = 2.049 + 0.186X_1^{**} + 0.263X_2^{**} + 0.132X_3^{**}$$

$$\text{Standardized } \hat{Y} = 0.187X_1^{**} + 0.288X_2^{**} + 0.114X_3^{**}$$

เมื่อ  $\hat{Y}$  = ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์

$X_1$  = ปัจจัยด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว

$X_2$  = ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

$X_3$  = ปัจจัยด้านชุมชนท้องถิ่น

**สมมติฐานที่ 3 ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย**

$H_0$  : ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ไม่ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

$H_1$  : ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 4-30 ผลการวิเคราะห์ Simple linear regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์  
ของความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ กับแนวโน้มการตัดสินใจ  
กลับมาท่องเที่ยว เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
ค่าคงที่	2.782	0.178		15.656	0.000**		
ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว เขื่อนศรีนครินทร์	0.385	0.043	0.407	8.886	0.000**	1.000	1.000
R	0.407						
R Square	0.166						
Adjusted R Square	0.163						
F-ratio	78.955	(0.000**)					
Durbin-Watson	1.589						

ตัวแปรตาม คือ แนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์

หมายเหตุ \*P-value < 0.05, \*\*P-value < 0.01

จากตารางที่ 4-30 เมื่อทดสอบแล้วพบว่า ตัวแปรอิสระ “ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย” มีความสัมพันธ์ กับตัวแปรตาม แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ โดยแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) มีค่าเท่ากับ 0.407 มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R square) เท่ากับ 0.166 พบว่า การเปลี่ยนแปลงของ “แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย” ขึ้นอยู่กับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 16.6 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว (Adjusted R square) เท่ากับ 0.163 ทดสอบค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.589 ค่าสถิติทดสอบ F ปรากฏว่าค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 และ 0.05 แสดงว่าความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถทำนายผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ร้อยละ 16.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01



สามารถแสดงสมการทำนายแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเซ็นทรัล  
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 2.782 + 0.385X^{**}$$

เมื่อ  $X$  = ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเซ็นทรัลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการมาท่องเที่ยว เยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว เยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว เยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

โดยเป็นการเก็บข้อมูลโดยให้ กลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว เยือนศรีนครินทร์ จำนวน 400 คน ตอบแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากการ ทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล คือ ระหว่างเดือนมีนาคม-เมษายน พ.ศ. 2560

#### สรุปผลการวิจัย

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 มีอายุ 26-35 ปี จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 สถานภาพสมรส จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.75 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50

**ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เยือนศรีนครินทร์เป็นครั้งแรก จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 มีวัตถุประสงค์

เพื่อเดินทางมาพักผ่อน จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.25 เดินทางด้วยรถส่วนตัวจำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.00 เดินทางมาด้วยครอบครัว จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 โดยส่วนใหญ่เลือกพักที่บ้านพักรับรองของเขื่อนศรีนครินทร์ จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 และสถานที่ท่องเที่ยวที่เลือกไปมากที่สุดคือสันเขื่อน จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 25.41

**ส่วนที่ 3** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านสถานที่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ( $\bar{X} = 4.27$ ) เมื่อแยกเป็นรายด้านย่อยพบว่า ด้านความมีชื่อเสียงของสถานที่ เป็นอันดับหนึ่ง ด้านสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง เป็นอันดับ 2 ด้านความสวยงามของสถานที่ เป็น 3 ค่าเฉลี่ย 4.28 ด้านความโดดเด่นของสถานที่ เป็นอันดับ 4 และด้านความน่าสนใจของสถานที่เป็นอันดับที่ 5

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมอยู่ในระดับที่ 2 มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ( $\bar{X} = 4.22$ ) เมื่อแยกเป็นรายด้านย่อยพบว่า ด้านความพร้อมของบ้านพักรับรองเขื่อนศรีนครินทร์ เป็นอันดับหนึ่ง ด้านราคาที่พัก เป็นอันดับ 2 ด้านการให้บริการและราคาของร้านอาหาร เป็นอันดับ 3 และบริการจองที่พัก เป็นอันดับ 4

ปัจจัยด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81$ ) เมื่อแยกเป็นรายด้านย่อยพบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นอันดับหนึ่ง ด้านความสะดวกสบายในการเดินทาง เป็นอันดับ 2 ด้านระยะเวลาในการเดินทาง เป็นอันดับ 3 และด้านความหลากหลายในการเดินทาง เป็นอันดับ 4

ปัจจัยด้านกิจกรรม ในภาพรวมอยู่ในระดับที่ 4 มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ( $\bar{X} = 3.79$ ) เมื่อแยกเป็นรายด้านย่อยพบว่า กิจกรรมสร้างฝาย เป็นอันดับหนึ่ง กิจกรรมล่องเรือ/ ล่องแพ เป็นอันดับ 2 และกิจกรรมเกี่ยวกับกีฬา เป็นอันดับ 3

ปัจจัยด้านชุมชนท้องถิ่น ในภาพรวมอยู่ในระดับที่ 5 มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$ ) เมื่อแยกเป็นรายด้านย่อยพบว่า ความเป็นมิตรของคนในชุมชนท้องถิ่น เป็นอันดับหนึ่ง เอกลักษณะชุมชนท้องถิ่น เป็นอันดับ 2 และวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น เป็นอันดับ 3

**ส่วนที่ 4** การวิเคราะห์ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความชื่นชอบและผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ เป็นอันดับหนึ่ง นักท่องเที่ยวรู้สึกใช้เวลาท่องเที่ยวอย่างคุ้มค่า เป็นอันดับ 2 นักท่องเที่ยวจะเลือกมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ทุกครั้งในวันหยุดเป็นอันดับ 3 และนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดี เป็นอันดับ 4

**ส่วนที่ 5** การวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านย่อย

พบว่า นักท่องเที่ยวจะบอกต่อให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ เป็นอันดับหนึ่ง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ เป็นอันดับ 2 และนักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์อีกครั้งในอนาคต เป็นอันดับ 3

#### **ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทดสอบสมมติฐาน ได้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม และชุมชนท้องถิ่น ส่งผลต่อความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเป็นอิทธิพลทางบวก และตัวแปรปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรม มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**สมมติฐานที่ 3** ความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความผูกพันต่อสถานที่เขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเป็นอิทธิพลทางบวก

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานในงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ โดยอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 1** เพื่อศึกษาพฤติกรรมมารการท่องเที่ยว เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การวิเคราะห์พฤติกรรมมารท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์เป็นครั้งแรก จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 มีวัตถุประสงค์เพื่อเดินทางมาพักผ่อน จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.25 เดินทางด้วยรถส่วนตัวจำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.00 เนื่องจากมีความสะดวกสบายมากกว่าที่จะเดินทางด้วยรถขนส่งสาธารณะ นักท่องเที่ยวเดินทางมาครบครัน จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 เลือกพักที่บ้านพักรับรองของเขื่อนศรีนครินทร์ จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 และสถานที่ท่องเที่ยวที่เลือกไปมากที่สุดคือสันเขื่อน จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 25.41 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จูติมา รัตนพงษ์ (2558) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน จัดการเดินทางเองและผู้ร่วมเดินทางเป็นครอบครัว/ญาติ

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2** เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-35 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อทิตยา บัวศรี และสุพาดา สิริกุดตา (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นพรัตน์ อาจเอี่ยม (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1** พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว เชื้อนครินครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่างกันอย่าง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ทั้งนี้เป็นเพราะ สถานที่ท่องเที่ยวเชื้อนครินครินทร์ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายในแต่ละด้าน ที่เหมาะกับคนทุกเพศทุกวัย เช่น ด้านสถานที่ ที่มีความสวยงามและน่าสนใจทางวิศวกรรมเช่น ล้นเขื่อน นาฬิกาแดด และความสวยงามของธรรมชาติ และวิวทิวทัศน์โดยรอบ ซึ่งมีบรรยากาศ ที่เหมาะแก่การมาท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลาย เพื่อหลบหนีจากความวุ่นวายในเมืองกรุง และทำกิจกรรม ต่างๆ เช่นการเข้าชมศูนย์ราชานุรักษ์ กิจกรรมสร้างฝาย กิจกรรมล่องแพในอ่างเก็บน้ำเขื่อนศรี นครินทร์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่คนในครอบครัว ญาติพี่น้อง หรือเพื่อน ๆ ได้มีโอกาสในการรับ ประสบการณ์ใหม่ๆ และได้ทำกิจกรรมร่วมกัน รวมไปถึงการมาเพื่อจัดอบรมสัมมนา สำหรับ พนักงานหน่วยงานต่างๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ในองค์กร และบริเวณโดยรอบเขื่อนศรีนครินทร์ ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงอีกมาก เช่นน้ำตกเอราวัณ ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย อีกทั้งค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ก็ไม่ได้สูงมาก มีการเดินทาง ที่สะดวกสบาย แม้แต่นักเรียนนักศึกษา หรือคนที่มีรายได้น้อย ไม่มีรถยนต์ส่วนตัวก็สามารถ เดินทางมาท่องเที่ยวได้ ซึ่งจากการที่สถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์มีความหลากหลายในตัวเอง ทั้งด้านความน่าสนใจของสถานที่ วิวทิวทัศน์ สถานที่ใกล้เคียง และกิจกรรมต่าง ๆ มีความ ครอบคลุมสำหรับบุคคลส่วนมาก ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงมีการรับรู้, การสร้างทัศนคติต่อการมา ท่องเที่ยวและเกิดความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ได้ไม่แตกต่างกัน ซึ่ง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เบญจวรรณ คาวลลีโร (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย กรณีศึกษานักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ การศึกษา และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์ ต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัย ของรุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์ (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง พบว่านักท่องเที่ยว ที่มี เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทองไม่ต่างกัน

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 3** เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว เชื้อนครินครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2** พบว่า ตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว เชื้อนครินครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเหมือนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก ทั้งนี้เป็นเพราะ ปัจจัยทั้งสามด้านที่กล่าวมา เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังและให้ความสำคัญว่าจะได้รับความสะดวกสบายในระหว่างการเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น ที่พักมีความพร้อมในการให้บริการ การเดินทางสะดวก การรับทราบข้อมูลข่าวสารหรือติดต่อจองที่พักและร้านอาหารทำได้สะดวกสบาย รวดเร็ว รวมไปถึงการปฏิบัติที่ดี และการบริการที่มีมาตรฐานจากสถานประกอบการต่างๆ และความเป็นมิตรไมตรีของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ มีขีดความสามารถในการจัดการสิ่งเหล่านี้ได้แตกต่างกันออกไป ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จูติมา รัตนพงษ์ (2558) ศึกษาผลกระทบของความผูกพันและความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่านักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีระดับความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช ระดับมากที่สุดคือด้านแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เบญจวรรณ คาวลลโร (2553) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติต่อการจัดการท่องเที่ยว ด้านความเป็นมิตรไมตรีของชุมชนท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย และตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเหมือนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านสถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรม มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเหมือนศรีนครินทร์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3** พบว่าความผูกพันต่อสถานที่เหมือนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว เหมือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีอิทธิพลทางบวก ทั้งนี้เป็นเพราะในการเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ที่ดีตามแหล่งท่องเที่ยว เกิดเป็นความผูกพันต่อสถานที่นั้น ทำให้เกิดความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ซึ่งนำไปสู่แนวโน้มการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และการบอกต่อให้คนรู้จักมาท่องเที่ยวบ้าง เพราะนักท่องเที่ยวมีความทรงจำ และประสบการณ์ที่ดีต่อการมาเที่ยวสถานที่เหมือนศรีนครินทร์ ทำให้นักถึงอีกครั้งเมื่อเวลาผ่านไป หรือเมื่อต้องการที่จะไปเที่ยวพักผ่อนในอนาคต สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จูติมา รัตนพงษ์ (2558) ที่ศึกษาผลกระทบของความผูกพันและความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช

พบว่าผลกระทบของความผูกพันสามารถร่วมกันพยากรณ์แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ มีความสอดคล้องกันอย่างยิ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีอิทธิพลทางบวก

### ข้อเสนอแนะในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่ามีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 3 ด้าน ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ ดังนี้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว และด้านชุมชนท้องถิ่น จากผลการวิจัยที่ได้ศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติที่ควรปรับปรุงเพื่อให้มีความแตกต่างจากการปฏิบัติในปัจจุบัน ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

#### 1. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

แก้ไขปรับปรุงระบบการจองห้องพักให้มีประสิทธิภาพ และมีความหลากหลายมากขึ้น

#### 2. ด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว

หาแนวทางในการเพิ่มการเดินทางมายังเยือนศรีนครินทร์ ให้มีความหลากหลายและครอบคลุมเส้นทางหลักของจังหวัด และอำเภอใกล้เคียงมากขึ้น

#### 3. ด้านชุมชนท้องถิ่น

ควรส่งเสริมให้มีการนำเสนอรูปแบบของวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นในละแวกเยือนศรีนครินทร์ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและใกล้ชิดกับชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

#### 1. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

เพิ่มช่องทางการติดต่อ และจองที่พักผ่านทางสื่อออนไลน์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการค้นหาข้อมูล และจองที่พักด้วยตนเอง

#### 2. ด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว

จัดการเกี่ยวกับระบบขนส่งมวลชนให้มีคุณภาพ และนำดึงดูดใจมากขึ้น เช่น ปรับปรุงสภาพรถให้มีความปลอดภัย สะอาด และเพิ่มเส้นทางการวิ่งของรถขนส่งมวลชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดกาญจนบุรี มายังเยือนศรีนครินทร์

#### 3. ด้านชุมชนท้องถิ่น



ให้มีการจัดนำเที่ยวโดยไกด์อาสาสมัครที่เป็นคนในชุมชน ไปยังหมู่บ้าน หรือชุมชน  
ท้องถิ่นใกล้เคียงที่ยังคงมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์  
จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ด้านด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อระบบการให้บริการ  
จองที่พักของสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความสะดวกและ  
ความพึงพอใจต่อระบบการจองที่พักแบบใดมากที่สุด
2. ด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ควรศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยว  
ของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการเดินทาง หรือรูปแบบการเดินทางที่นักท่องเที่ยว  
มีความชื่นชอบ
3. ด้านชุมชนท้องถิ่น ควรศึกษาเรื่อง วิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นที่น่าสนใจของชุมชน  
ในลแวงเขื่อนศรีนครินทร์ เพื่อนำมาเป็นจุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

## บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย 2558-2560*. เข้าถึงได้จาก [http://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7114](http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114)
- การพัฒนาการท่องเที่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน. (ม.ป.ป). เข้าถึงได้จาก <http://fuangfah.econ.cmu.ac.th/teacher/thanes/files>
- กิตติ สิริพลภ. (2542). การสร้างคุณค่าให้ตราयीหือ. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 81, 33-44.
- กุลวดี ละม้ายจิน. (ม.ป.ป.). *องค์ประกอบของการท่องเที่ยว*. เอกสารประกอบการสอนวิชา วัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เฉลียว สุกใส. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทของคนไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- จิรภัทร มั่นคง. (2556). *การศึกษายพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการสถานที่พักบริเวณอุทยานแห่งชาติภูกระดึง จังหวัดเลย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชวัลนุช อุทยาน. (ม.ป.ป). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. เข้าถึงได้จาก <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2550). *วิถีไทย: การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์ พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- จิตติมา รัตนพงษ์. (2558). *เรื่อง ผลกระทบของความผูกพันและความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ดิฐวัฒน์ ธิปัตติ. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าน้ำดื่มบรรจุขวดตราสิงห์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- นพรัตน์ อาจเอี่ยม. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ จังหวัดลพบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวง พรีเมียม แอนด์พับลิชชิง.
- เบ็ญจวรรณ กาวลิลีโร. (2553). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- ประภาศรี เทิกขุนทด. (2551). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยววัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์)*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ปิยะพงศ์ มั่นกลิ่น. (2554). *ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนนทบุรีเพื่อการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม, คณะวิทยาศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- แผนกรักษาความปลอดภัยเขื่อนศรีนครินทร์. (2560). *สถิตินักท่องเที่ยวรายเดือน*. กาญจนบุรี: เขื่อนศรีนครินทร์
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, (ม.ป.ป). *เขื่อนศรีนครินทร์*. เข้าถึงได้จาก [http://www.stjohn.ac.th/Department/school/www.egat.or.th/thai/dam\\_powerplant/srinakarin/srinakarin1.html](http://www.stjohn.ac.th/Department/school/www.egat.or.th/thai/dam_powerplant/srinakarin/srinakarin1.html)
- ฝ่ายสื่อสารองค์กร การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, (ม.ป.ป). *ข้อมูลโรงไฟฟ้าและเขื่อน*. เข้าถึงได้จาก <https://www.egat.co.th/images/information/plants-info/srinakarin.pdf>
- พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล. (2553). *การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์. (2551). *ปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง*. ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

- เลิศพร ภาวะสกุล, Ph. D. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 21(36), 105-133.
- สมคิด จาตุศรีพิทักษ์. (2559). *เศรษฐกิจไทยปี 2559: เด็บโตจากการท่องเที่ยวและมาตรการภาครัฐ*. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9590000058181>
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2546). เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกล หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุรัชย์ จันทร์จรัส และอาร์ม นาคธรรม. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการกลับมาเที่ยวซ้ำเชิงคานของนักท่องเที่ยว. *วารสารสังคมลุ่มน้ำโขง*, 9(3), 145-166
- องค์การสหประชาชาติ. (1963). การเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ. โรม: องค์การสหประชาชาติ
- อติทยา บัวศรี และสุพาดา สิริกุดตา. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 6(1), 114-123.
- อังกริยา ปราบอริพ่าย. (2547). *เทคนิคการวิเคราะห์สถิติโดยใช้โปรแกรม SPSS: ทฤษฎีและภาคปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- องค์การท่องเที่ยวโลก (ม.ป.ป). *รูปแบบการท่องเที่ยว*. เข้าถึงได้จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com/ความรู้เบื้องต้นการท่องเที่ยว/รูปแบบการท่องเที่ยว/>
- Chawla, L. (1992). Childhood place attachments. In I. Altman, & S. Low, (Eds.), *Place Attachment*. New York: Plenum Press.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology Journal*, (13), 179-201.
- Giuliani, M. V, & Feldman, R. (1993). Place attachment in a developmental and cultural context. *Journal of Environmental Psychology*, 13, 267-274.
- Giuliani, M. V., (2003). *Theory of attachment and place attachment*, 137-170. England: Asgate.
- Hammit, W. E., Backlund, E. A., & Bixler, R. D. (2006). Place bonding for recreation places: Conceptual and empirical development. *Leisure Studies*, 25(1), 17-41.

- Hay, R. (1998). Sense of place in developmental context. *Journal of Environmental Psychology, 18*, 5-29.
- Henkel, R., Henkel, P., Agrusa, W., & Tanner, J. (2006). Thailand as a tourist destination: Perceptions of international visitors and Thai residents. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 11*(3), 269–287.
- Hotel Market Recap. (2015). *Inside bangkok & other thai destinations*. Retrieved from file:///C:/Users/ACER/Downloads/TTF\_2016\_-\_STR\_Global\_presentation%20(2).pdf
- Hummon, D. M. (1992). Community attachment: Local sentiment and sense of place. In I. Altman and S. M. Low (Eds.), *Place Attachment*. New York: Plenum Press.
- Hunt, L. M. (2008). Examining state dependence and place attachment within a recreational fishing site choice model. *Journal of Leisure Research, 40*(1), 110-127.
- Jorgensen, B. S., & Stedman, R. C. (2001). Sense of place as an attitude: Lakeshore owners attitudes toward properties. *Journal of Environmental Psychology, 21*, 233-248.
- Kim, J., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research, 51*(1), 12–25.
- Kyle, G., Graefe, A., & Manning, R. (2005). Testing the dimensionality of place attachment in recreational settings. *Environment and Behavior, 37*(2), 153-177.
- Kyle, G., Graefe, A. R., Manning, R., & Bacon, J. (2004). Effect of activity involvement and place attachment on recreationists' of setting density. *Journal of Leisure Research, 36*(2), 209-231.
- Lewicka, M. (2011). Place attachment: How far have we come in the last 40 years? *Journal of Environmental Psychology, 31*(3), 207-230.
- Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2010). *Statistical techniques in business and economics* (14<sup>th</sup> ed). Boston: McGraw-Hill.
- Low, S. M., & Altman, I. (1992). Place attachment: A conceptual inquiry. In Altman, I., and Low, S. M. (Eds.), *Place attachment*. New York: Plenum Press.
- McIntosh, W. R., & Goeldner, R. C. (1995). *Tourism principle, practices, philosophies* (7<sup>th</sup> ed.). New York: John Wiley&Sons
- Menard, S. (1995). Applied logistic regression analysis. In *Sage University Paper Series on Quantitative Applications in the Social Sciences*. Thousand Oaks, CA: Sage.

- Moser, C., & Kalton, G. (1972). *Survey methods in social investigation*. New York: Basic Books.
- Murphy, P., Pritchard, M. P., & Smith, B. (2000). The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management*, 21(1), 43-52.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty. *Journal of Marketing*, 63, 33-44
- Pearce, M. (1997). The True Science of Nurturing Marketing. *Marketing Technique*, 97(7), 6-8.
- Perreault, W. D., Dorden, D. K., & Dorden, W. R. (1979). A Psychological Classification of Vacation Life-styles. *Journal of Leisure Research*, 9, 208-224.
- Proshansky, H. M., Fabian, A. K., & Kaminoff, R. (1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3(1), 57-83.
- Reitsamer, B. F., Sperdin, A. B. & Sauer, N. E. (2016). Destination attractiveness and destination attachment: The mediating role of tourists' attitude. *Tourism Management Perspectives*, 29, 93-101.
- Relph, E. C. (1976). *Place and placelessness*. London, Pion.
- Scannell, L., & Gifford, R. (2010). Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology*, 30(1), 1-10.
- Shamai, S. (1991). Sense of place: An empirical measurement. *Geoforum*, 22(3), 347-358.
- Soltani, F. T. (2015). *The relationship among destination image, Place attachment, And Tourist motivation for Oklahoma state parks*. A doctoral student in Leisure Studies, Oklahoma state university.
- Stedman, R. C. (2002). Toward a social psychology of place: Predicting behavior from place based cognitions, attitude, and identity. *Environment & Behavior*, 34(5), 561-581.
- Stokols, D., & Schumaker, S. A. (1981). People in places: A transactional view of settings. In J. Harvey (Ed.), *Cognition, social behavior and the environment*. New Jersey: Erlbaum.
- Tuan, Y. F. (1974). *Topophilia: A study of environmental perception, attitudes and values*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Tuan, Y. F. (1975). Place: An experiential perspective. *The Geographical Review*, 65, 151-165.
- Tuan, Y. F. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. Minnesota: The University of Minnesota Press.

- Twigger-Ross, C. L., & Uzzell, D. L. (1996). Place and identity processes. *Journal of Environmental Psychology, 16*(3), 205-220.
- Williams, D. R., Patterson, M. E., Roggenbuck, J. W., & Watson, A. E. (1992). Beyond the commodity metaphor: Examining emotional and symbolic attachment to place. *Leisure Sciences, 14*(1), 29-46.
- Williams, D. R., & Stewart, S. (1998). Sense of place: An exclusive concept that is finding a home in ecosystem management. *Journal of Leisure Research, 9*(5), 18-23.
- Williams, D. R., & Vaske, J. J. (2003). The measurement of place attachment: Validity and generalizability of a psychometric approach. *Forest Science, 49*(6), 830-840.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก  
แบบสอบถาม



วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Graduate School of Commerce Burapha University

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

**แบบสอบถาม**

**เรื่อง** ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี  
**ของนักท่องเที่ยวชาวไทย**

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของเยือนศรีนครินทร์ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเกิดความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์และมีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเยือนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

เพื่อความสมบูรณ์ของการศึกษาวิเคราะห์ ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากผู้ตอบแบบสอบถามให้ตอบให้ครบทุกข้อและเป็นจริง ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้รับ ผู้วิจัยจะปกปิดเป็นความลับและจะไม่ให้มีผลใดๆต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น จึงขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการให้สัมภาษณ์ มา ณ โอกาสนี้

สิริกานต์ ไบบัว

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม**

**คำชี้แจง:** โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน  ที่เว้นไว้ให้ตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) ต่ำกว่า 25 ปี

2) 26-35 ปี

3) 36-45 ปี

4) 46-55 ปี

5) 56 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

2) ปริญญาตรี

3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพ

1) โสด

2) แต่งงาน

3) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

5. อาชีพ

1) นักเรียน/นักศึกษา

2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

3) พนักงานบริษัทเอกชน

4) ธุรกิจส่วนตัว

5) อื่น ๆ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1) น้อยกว่า 10,000 บาท

2) 10,000-20,000 บาท

3) 20,001-30,000 บาท

4) มากกว่า 30,000 บาท

**ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี**

**คำชี้แจง :** โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน  ที่ท่านเห็นว่าตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. ท่านมาเที่ยวที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีครั้งนี้

ครั้งแรก

ครั้งนี้เป็นครั้งที่.....

2. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาที่เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีในครั้งนี้

พักผ่อน

เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์

อบรม/สัมมนา/ทัศนศึกษา

อื่น ๆ.....

3. วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีในครั้งนี้

เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยรถส่วนตัว

เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยรถขนส่งมวลชน

เดินทางมาท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยว/คณะทำงาน/คณะโรงเรียน

4. ในการเดินทางมาเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีในครั้งนี้ ท่านเดินทางมากับใครบ้าง
- |                          |             |                          |                      |
|--------------------------|-------------|--------------------------|----------------------|
| <input type="checkbox"/> | มาคนเดียว   | <input type="checkbox"/> | มากับครอบครัว        |
| <input type="checkbox"/> | มากับเพื่อน | <input type="checkbox"/> | อื่น ๆ โปรดระบุ..... |
5. ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีในครั้งนี้ ท่านพักที่ไหน
- |                          |                                   |                          |                            |
|--------------------------|-----------------------------------|--------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> | บ้านพักรับรองของเขื่อนศรีนครินทร์ | <input type="checkbox"/> | โรงแรม/ รีสอร์ท/ เกสต์เฮ้า |
| <input type="checkbox"/> | บ้านพักรับรองของอุทยาน            | <input type="checkbox"/> | อื่น ๆ โปรดระบุ .....      |
6. สถานที่ท่องเที่ยวภายในและโดยรอบเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ที่ท่านตั้งใจเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- |                          |                            |                          |                                 |
|--------------------------|----------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | โรงไฟฟ้า                   | <input type="checkbox"/> | สันเขื่อน                       |
| <input type="checkbox"/> | สวนเวลารำลึก               | <input type="checkbox"/> | ศูนย์ราชการักษ์                 |
| <input type="checkbox"/> | อุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ | <input type="checkbox"/> | อุทยานแห่งชาติน้ำตกห้วยแม่ขมิ้น |
| <input type="checkbox"/> | ถ้ำพระธาตุ                 | <input type="checkbox"/> | อื่น ๆ .....                    |

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวก และชุมชนท้องถิ่น

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน  ที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวโดยพิจารณาให้คะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึงการรับรู้ต่อสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีมาก
- ระดับ 4 หมายถึงการรับรู้ต่อสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี
- ระดับ 3 หมายถึงการรับรู้ต่อสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึงการรับรู้ต่อสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับควรปรับปรุง
- ระดับ 1 หมายถึงการรับรู้ต่อสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับควรปรับปรุงเป็นอย่างยิ่ง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความผูกพันของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี	ระดับการรับรู้ต่อสถานที่ท่องเที่ยว				
	มากที่สุด $\longrightarrow$ น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
<b>ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว</b>					
1. ความสวยงามของทัศนียภาพโดยรอบของสถานที่ท่องเที่ยว					
2. ความโดดเด่นด้านความเป็นธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยว					
3. ความสวยงามและความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว มีสิ่งก่อสร้าง/ สถาปัตยกรรม					
4. การมีสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงที่น่าสนใจ					
5. ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของสถานที่ท่องเที่ยว					
<b>ปัจจัยด้านการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว</b>					
6. ความสะดวกสบายของการเดินทาง					
7. ความหลากหลายของวิธีการเดินทาง					
8. ความเหมาะสมของระยะเวลาในการเดินทาง					
9. รูปแบบการประชาสัมพันธ์					
<b>ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
10. ความพร้อมของบ้านพักรับรองที่เขื่อนศรีนครินทร์					
11. การให้บริการและราคาของร้านอาหารที่เขื่อนศรีนครินทร์					
12. ความสะดวกและรวดเร็วในการบริการจองที่พัก					
13. ความเหมาะสมของราคาที่พักแรม					
<b>ปัจจัยด้านกิจกรรม</b>					
14. ความน่าสนใจของกิจกรรมสร้างฝายเฉลิมพระเกียรติ/ เข็ยม ชมศูนย์ราชานุรักษ์					
15. ความน่าสนใจของกิจกรรมล่องเรือ/ ล่องแพ					
16. ความน่าสนใจของกิจกรรมเกี่ยวกับกีฬา เช่น ดิกอล์ฟ/ ปั่นจักรยาน/ เจ็ตสกี					

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความผูกพันของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี	ระดับการรับรู้ต่อสถานที่ท่องเที่ยว				
	มากที่สุด $\longrightarrow$ น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
<b>ปัจจัยด้านชุมชนท้องถิ่น</b>					
17. เอกอัครราชทูตเฉพาะตัวของชุมชนท้องถิ่น					
18. วิถีชีวิตที่น่าสนใจของชุมชนท้องถิ่น					
19. ความเป็นมิตรไมตรีที่ดีของคนท้องถิ่น					

**ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อนศรีนครินทร์**

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน  ที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ความผูกพันของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อสถานที่ท่องเที่ยวเขื่อน ศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี	ระดับความผูกพันต่อสถานที่ท่องเที่ยว				
	มากที่สุด $\longrightarrow$ น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. คุณชื่นชอบและมีความผูกพันในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้					
2. การมาท่องเที่ยวที่สถานที่แห่งนี้เป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดี และทำให้เกิดความผูกพันต่อสถานที่แห่งนี้					
3. เขื่อนศรีนครินทร์เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านเลือกมา ท่องเที่ยวทุกครั้งในวันหยุด					
4. การได้ใช้เวลาท่องเที่ยวอย่างคุ้มค่าก่อให้เกิดความผูกพันกับ สถานที่แห่งนี้					

ตอนที่ 5 แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย  
 คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน  ที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง  
 ช่องเดียว

แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี	ระดับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมา ท่องเที่ยว				
	มากที่สุด $\longrightarrow$ น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. ระดับความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้					
2. ระดับแนวโน้มที่จะบอกต่อหรือชักชวนคนรู้จักให้มาท่องเที่ยว ที่เชื่อมศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี					
3. ระดับแนวโน้มการตัดสินใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวเชื่อมศรีนครินทร์ จังหวัด กาญจนบุรีอีกครั้งในโอกาสต่อไป					

ภาคผนวก ข  
ผลการตรวจสอบโปรแกรมอักขราวิสุทธิ์



# บทที่ 1

## Plagiarism Checking Report

Created on May 6, 2017 at 17:32 PM

Print Report

### Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
476724	May 6, 2017 at 17:32 PM	58750041@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 1 บทนำ.doc	Completed	0.00 %

### Match Overview

Show 10 entries

Search:

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				

# บทที่ 2

## Plagiarism Checking Report

Created on May 6, 2017 at 17:32 PM

Print Report

### Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
476725	May 6, 2017 at 17:32 PM	58750041@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.doc	Completed	4.00 %

### Match Overview

Show 10 entries

Search:

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
1	แนวทางการพัฒนาอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ดเพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงวันหยุด	เนตรทิพย์ สิทธิเชนทร์	มหาวิทยาลัยนครราชสีมา	1.49 %
2	เขียนเครื่องจักร	จากวิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี	Wikipedia	0.74 %
3	แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนริมกว๊านพะเยาฝั่งตะวันตก	Miss Sawitree Ritta	มหาวิทยาลัยพะเยา	0.66 %
4	พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม, The behavior and Satisfaction of Thai Tourists Toward the Tourism Logistics Management Case Study: Amphawa Floating Market, Samutson	ปณิศา สิริรุ่งโรจน์กนก	มหาวิทยาลัยบูรพา	0.57 %
5	การศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวจีน	Miss USANEE PHARSUK	มหาวิทยาลัยพะเยา	0.55 %



## บทที่ 4

## Plagiarism Checking Report

Print Report

Created on May 6, 2017 at 17:33 PM

## Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
476727	May 6, 2017 at 17:33 PM	58750041@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 4 ผลการวิจัย.doc	Completed	0.00 %

## Match Overview

Show 10 entries

Search: 

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				

## บทที่ 5

## Plagiarism Checking Report

Print Report

Created on May 6, 2017 at 17:33 PM

## Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
476728	May 6, 2017 at 17:33 PM	58750041@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.doc	Completed	0.00 %

## Match Overview

Show 10 entries

Search: 

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				